

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan ekonomi sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Banyak orang menganggap konsumsi hanya sebatas makan dan minum saja. Namun, ada banyak aktivitas ekonomi lain yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan sehari-hari, seperti produksi dan konsumsi. Konsumsi adalah salah satu perilaku manusia yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dasar yaitu sandang, pangan dan papan. Akan tetapi, jika konsumsi dilihat lebih luas, maka konsumsi adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mendapatkan kepuasan dari penggunaan suatu produk. Karena kebutuhan manusia tidak terbatas, maka konsumsi juga harus terus dipenuhi (Gultom, 2019).

Di era modernisasi ini, persaingan bisnis semakin sengit, baik di pasar nasional maupun internasional. Kepuasan konsumen adalah kunci utama untuk menang dalam bisnis. Misalnya dengan menawarkan produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau dan pelayanan yang lebih baik dari pesaing.

Bisnis warung makan belakangan ini mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya warung makan yang berdiri dengan berbagai jenis. Perkembangan bisnis ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kondisi ekonomi Indonesia yang semakin membaik yang mendorong orang untuk berwirausaha. Selain itu, faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi perkembangan bisnis warung makan adalah demografi, gaya hidup, serta kebiasaan daerah atau nasional.

Konsep pemasaran yang berfokus pada komunikasi nilai pelanggan (*customer value*) kepada pasar sasaran yang lebih efektif daripada pesaingnya sangat berkaitan dengan perilaku konsumen dalam pembelian. Perilaku konsumen sangat menentukan keberhasilan organisasi dalam menciptakan dan memberikan sesuatu yang diinginkan (Mardianti, 2022).

Setiap perusahaan tentu menginginkan kesuksesan dalam menjalankan usahanya.

Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang melibatkan individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran, dan secara sukarela menukar produk yang bernilai dengan pihak lain. Hal ini menyebabkan persaingan bisnis semakin kompetitif.

Harga yang murah atau harga yang terjangkau menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan ditawarkan dengan harga yang tinggi juga (Tjiptono, 2016).

Sate dan tongseng adalah makanan yang terkenal di kota Solo. Makanan ini juga banyak dicari di kota Bekasi karena memiliki cita rasa yang menarik, unik, dan lezat. Harga yang terjangkau semua kalangan mulai dari Rp. 30.000 per porsi sampai dengan Rp. 40.000 per porsi ditambah lagi dengan penyajian yang menarik dan porsi yang memuaskan. Menu yang ditawarkan “Warung Makan Sate Solo Pak Parno” juga semakin beragam, dan sekarang ada berbagai macam varian makanan yang disajikan di warungnya seperti gulai dan nasi goreng daging ayam atau sapi.

Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Ada yang memilih rumah makan yang sederhana tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang dimakannya. Sebagian konsumen ada yang berpikir daripada makan makanan yang mewah dan mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih rumah makan yang sederhana tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka. Di samping itu, ada juga yang cenderung memilih rumah makan yang indah dengan pelayanan yang mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengeluarkan sejumlah uang yang cukup besar di rumah makan yang cukup mewah itu.

Lokasi menjadi salah satu yang mempunyai pengaruh penting dalam perilaku pembelian konsumen. Karena lokasi termasuk bagian dari fasilitas yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen, seperti keamanan, kenyamanan, dan kebersihan tempat. Pemilihan lokasi yang tepat akan memberikan pengaruh yang positif dalam

menentukan keberhasilan suatu usaha dimasa yang akan datang (Muchlisin, 2020).

Selain lokasi, produk, dan harga juga harus diperhatikan oleh suatu perusahaan. Seorang konsumen pasti berkeinginan mendapat manfaat yang sesuai dengan harga yang ditawarkan. daerah yang dekat dengan keramaian dan aktiivitas masyarakat. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi atau tempat akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup pemilik rumah makan.

Suatu bisnis yang sangat peduli dengan kepuasan konsumen (pascapembelian) terletak pada hubungan yang sangat dekat sehingga akan menimbulkan loyalitas konsumen. Kuat tidaknya fokus terhadap konsumen ditentukan oleh baiknya pemahaman perusahaan atas pesaing-pesaingnya serta kekuatan kompetitifnya.

Warung makan Sate Solo Pak Parno adalah salah satu UMKM yang berlokasi di Bekasi yang menyediakan makanan. Warung Makan Sate Solo Pak Parno menawarkan berbagai menu makanan mulai dari nasi putih, nasi goreng daging, sate kambing dan ayam dan juga tongseng solo yang menjadi ciri khasnya. Dengan berkembangnya dunia kuliner, sekarang makanan ini hamper menjadi kebutuhan semua orang. Warung makan ini didirikan pada tahun 1995, yang berada di pinggir jalan pejuang samping SMPN 46 BEKASI. Saat itu pemilik warung mendapat modal usaha dari orang tuanya, karena merasa ada tempat yang cukup strategis untuk dijadikan tempat usaha, kemudian beliau memutuskan untuk membuka usaha warung makan.

Peneliti memilih Warung Makan Sate Solo Pak Parno sebagai objek penelitian karena menurut peneliti, Warung makan ini ingin meningkatkan kualitasnya sebagai tempat belanja makanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing lainnya di Bekasi. Hal ini karena perkembangan warung makan ini mengalami fluktuasi yang cukup tajam pada jumlah omset penjualan.

Diketahui untuk biaya variabel untuk satu kali produksi yaitu Rp.749.000,00, Biaya tetap Rp.110.000,00 biaya variabel per unit Rp.15.000,00 dan Harga jual per unit Rp.30.000,00.

Berikut adalah beberapa tabel untuk Biaya Variabel, Biaya Tetap, dan Data Penjualan Pada Tahun 2022 pada warung makan sate Solo Pak Parno :

Tabel 1.1 Biaya Variabel

Bahan Baku	Jumlah	Harga per 1kg	Total (Rp)
Daging kambing	4kg	100.000	400.000
Daging ayam	4kg	45.000	180.000
Bumbu	1 paket	43.000	43.000
Plastik	1 pak	14.000	14.000
Sayuran	1 paket	82.000	82.000
Total			749.000

Sumber : Warung Makan Sate Solo Pak Parno (2023)

Tabel 1.2 Biaya Tetap

Biaya Pemeliharaan	Rp
Penyusutan Alat	10.000
Tenaga Kerja	100.000
Total	110.000

Sumber : Warung Makan Sate Solo Pak Parno (2023)

Berikut adalah jumlah omset penjualan perbulan pada Warung makan Sate Solo Pak Parno pada tahun 2022.

Tabel 1.3 Data Penjualan Perbulan Pada Tahun 2022

Data Penjualan Tahun 2022		
No.	Bulan	Jumlah (Rp)
1.	Januari	Rp.12.590.000
2.	Februari	Rp.12.280.000
3.	Maret	Rp.11.800.000
4.	April	Rp.13.870.000
5.	Mei	Rp.24.500.000
6.	Juni	Rp.16.900.000
7.	Juli	Rp.14.100.000

8.	Agustus	Rp.13.380.000
9.	September	Rp.13.750.000
10.	Oktober	Rp.9.250.000
11.	November	Rp.9.750.000
12.	Desember	Rp.13.800.000
Total		Rp.165.970.000

Sumber : Warung Makan Sate Solo Pak Parno (2023)

Berikut adalah jumlah omset penjualan pertahun pada Warung makan Sate Solo Pak Parno 2018-2022.

Tabel 1.4 Data Penjualan Tahun 2018-2022

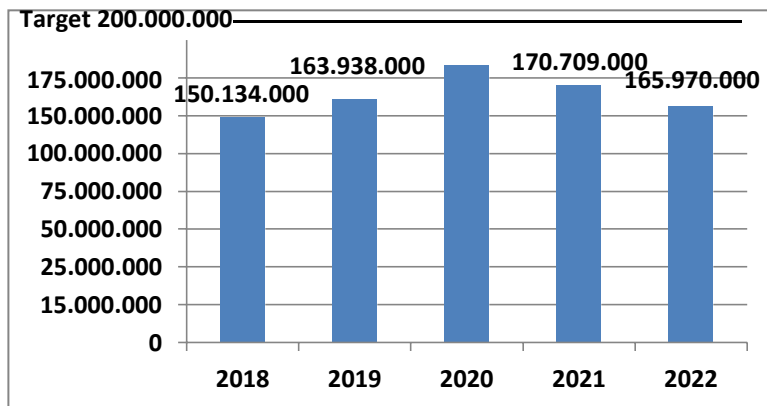
Tahun	Target Penjualan (Rp)	Realisasi Penjualan (Rp)	Persentase (%)
2018	Rp.200.000.000	Rp.150.134.000	75,07%
2019	Rp.200.000.000	Rp.163.938.000	81,97%
2020	Rp.200.000.000	Rp.187.403.000	93,70%
2021	Rp.200.000.000	Rp.170.709.000	85,35%
2022	Rp.200.000.000	Rp.165.970.000	81,00%

Sumber : Warung Makan Sate Solo Pak Parno (2023)

Grafik 1.1 Penjualan (dalam jumlah rupiah)

187.403.000

Sumber : Warung Makan Sate Solo Pak Parno (2023)

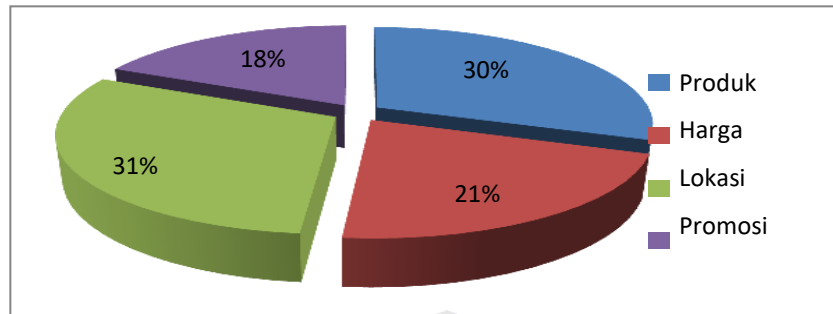


Dari Tabel 1.4, dapat diketahui bahwa penjualan pada warung makan sate Solo Pak Parno selalu mengalami fluktuasi dari tahun ketahun. Pada tahun 2018 jumlah penjualan barang sebesar Rp.150.134.000 sedangkan target yang telah di tetapkan oleh pemilik usaha adalah Rp.200.000.000, Ini berarti pada tahun tersebut hanya mampu mencapai 75,07%, Pada tahun 2019 jumlah penjualan sebesar Rp.163.938.000 sedangkan target yang telah di tetapkan oleh pemilik usaha adalah Rp.200.000.000, berarti pada tahun tersebut hanya mampu menjual mencapai 81,97%, Tahun 2020 realisasi penjualan sebesar Rp.187.403.000 sedangkan target yang telah di tetapkan oleh pemilik usaha adalah Rp.200.000.000 berarti pada tahun tersebut pengusaha hanya mampu menjual mencapai 93,70%, Pada tahun 2021 realisasi penjualan sebesar Rp.170.709.000, sedangkan target yang telah di tetapkan oleh pemilik usaha adalah Rp.200.000.000, berarti pengusaha hanya mampu menjual sebesar 85,35%, Pada tahun 2022 realisasi penjualan sebesar Rp.165.970.000 sedangkan target yang telah di tetapkan oleh pemilik usaha adalah Rp.200.000.000, berarti pengusaha hanya mampu menjual sebesar 81,00%.

Ini menarik perhatian penulis untuk meneliti lebih jauh mengenai target dan realisasi penjualan produk pada Warung Makan Sate Solo Pak Parno.

Grafik 1.2

Faktor Keputusan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (dalam %)



Sumber : data hasil pra riset, yaitu memberikan kuesioner kepada 100 pembeli yang melakukan pembelian pada bulan juni 2023.

Dari Grafik 1.2, terlihat bahwa sekitar 30% dari keputusan pembelian dipengaruhi oleh pertimbangan terhadap produk, 21% dipengaruhi oleh harga, 31% dipengaruhi oleh lokasi, dan 18% dipengaruhi oleh promosi. Data ini menunjukkan bahwa faktor lokasi memiliki andil tertinggi dalam memengaruhi keputusan pembelian.

Pentingnya meneliti perilaku konsumen muncul karena pemahaman yang mendalam terhadap perilaku konsumen merupakan kunci untuk berhasil dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Dengan memahami perilaku konsumen, perusahaan dapat merancang strategi dan program yang tepat untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli pesaing. Perilaku konsumen melibatkan serangkaian tindakan individu yang melibatkan perolehan, penggunaan, dan evaluasi produk dan layanan, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

Dalam konteks ini, penelitian diperlukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan difokuskan pada topik tersebut dengan judul:

“Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Sate Solo Pak Parno”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian yang telah diterangkan pada latar belakang, kita bisa mengidentifikasi, berikut dari beberapa masalah :

1. Tidak terpenuhi target dalam penjualan yang diinginkan Warung Makan Sate Solo Pak Parno.
2. Menurunnya daya beli konsumen.

1.3 Perumusan Masalah

Dari latar belakang diatas yakni pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah produk mempengaruhi secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah harga mempengaruhi secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah lokasi mempengaruhi secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah promosi mempengaruhi secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian?
5. Apakah variabel produk, harga, lokasi dan promosi secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menilai pengaruh produk secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Menilai pengaruh harga secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Menganalisis pengaruh lokasi secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Mengidentifikasi pengaruh promosi secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian konsumen.
5. Menilai pengaruh bersama-sama dari variabel produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian memberikan manfaat bagi penulis berupa pengetahuan lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang baik pada rumah makan khususnya serta memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori yang sudah di peroleh dari perkuliahan sebelum nantinya penulis terjun langsung dalam dunia bisnis (*entrepreneur*)

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk mengetahui atribut apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan Warung Makan Sate Solo Pak Parno.

3. Bagi Kalangan Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan sebagai pembanding bagi penelitian selanjutnya sehingga segala kelemahan dan kekurangan yang ada dalam penelitian ini dapat diperbaiki dan disempurnakan.

1.6 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Kaliabang Bungur Bekasi Utara* yang terletak di Jl.

1.7 Metode Penelitian

Dalam menjalankan penelitian penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pengolahan hasil kuesioner. Dalam pengambilan data penulis juga menggunakan beberapa metode yaitu :

1. Metode studi lapangan

Kegiatan yang penulis lakukan pada metode ini adalah dengan cara berinteraksi langsung kepada pembimbing ataupun pemilik mengenai aktivitas proses yang berhubungan dengan penelitian.

2. Observasi

Kegiatan yang penulis lakukan yaitu dengan mengamati dan meninjau secara cermat di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau mencari pembuktian kebenaran dari desain penelitian.

3. Metode wawancara dan diskusi

Kegiatan yang penulis lakukan dengan mengumpulkan data, mengajukan beberapa pertanyaan dan diskusi dengan yang berhubungan dengan penelitian ini untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

4. Metode studi literatur

Dalam metode ini data yang diperoleh berasal dari data yang tersimpan berupa catatan, laporan, dan dokumen perusahaan yang berkaitan dengan aktivitas proses yang berhubungan dengan penelitian.

5. Metode Kuesioner

Mendapatkan data dengan menyebar kuesioner.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan pembahasan yang jelas dan terperinci serta agar dapat melakukan analisa yang baik, maka digunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan penelitian relevan serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan tinjauan pustaka yang berisikan teori-teori dan pemikiran yang digunakan sebagai landasan serta pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan jenis penelitian, teknik pengumpulan data dan kerangka penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang analisis data penelitian dengan menggunakan teori-teori yang telah dituangkan dalam bagian teori dan tinjauan umum.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan harus menjawab masalah yang diangkat dalam penelitian dan saran untuk rekomendasi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

