

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner adalah salah satu bisnis yang memiliki peluang besar dan hasil yang menjanjikan bagi pelaku usahanya. Bisnis kuliner yang bergerak dalam bidang makanan baik dalam hal pembuatan, penyajian hingga penjualan suatu produk tertentu kepada pelanggan. Bisnis kuliner seperti membuat dan menjual masakan serta makanan tumbuh dan berkembang pesat di masyarakat luas. Seiring berjalannya waktu bisnis kulinerpun menjadi bervariasi, seperti kuliner internasional, kuliner daerah, hingga kuliner unik hasil kreasi pelaku usaha itu sendiri. Beraneka ragam makanan yang unik, kehadiran wisata kuliner, dan tren kuliner yang menjadi gaya hidup masyarakat menjadi tanda bahwa bisnis kuliner berkembang pesat.

Bisnis kuliner menjadi pilihan banyak orang dengan alasan jenis bisnis ini lebih mudah dijalankan daripada bisnis lainnya. Banyaknya pelaku bisnis kuliner yang membuka usaha rumah makan, restoran, hingga outlet menjadikan tingginya tingkat persaingan antar para pelaku bisnis kuliner (Cousins *et. al.*, 2019:3). Keunikan, kreatifitas dan metode promosi yang mumpuni digunakan sebagai salah satu usaha untuk melewati persaingan yang semakin ketat. Kenaikan jumlah pelaku bisnis kuliner merupakan fenomena yang terjadi seiring berkembangnya tren konsumsi masyarakat dan berkembangnya berbagai inovasi yang mendukung bisnis kuliner. Budaya makan masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah perkotaan sudah mengalami pergeseran. Gaya hidup masyarakat modern serba praktis dan meningkatnya permintaan masyarakat akan jasa kuliner juga memicu tumbuhnya industri restoran cepat saji (*fastfood restaurant*). Di era global saat ini semakin banyak dijumpai outlet/gerai restoran bahkan *streetfood* cepat saji baik lokal maupun dari luar negeri.

Peningkatan kegiatan di bidang pemasaran menentukan strategi pemasaran yang tepat. Perubahan lingkungan perusahaan terutama faktor pesaingan yang mampu menghasilkan produk yang sejenis, menyebabkan banyak perusahaan berorientasi pada konsumen. Perusahaan dituntut untuk memahami perilaku konsumen pada pasar

sasarannya dengan menawarkan atau menjual produk yang berkualitas serta pelayanan yang baik terhadap pelanggannya (Kotler & Amstrong, 2018:159).

Salah satu bisnis kuliner baru yang saat ini sedang digemari adalah Japanese Souffle Pancake. Japanese Souffle Pancake merupakan bisnis kuliner baru yang menjual makanan kekinian sejak tahun 2019. Japanese Souffle Pancake menyajikan menu makanan jajanan (*street food*) non tradisional dengan produk unggulannya yakni Souffle Pancake dan Croffle (*Croissant Waffle*). Dalam usahanya, Japanese Souffle Pancake termasuk dalam kategori usaha kecil micro menengah dengan sistem franchise. Japanese *Souffle Pancake* sejauh ini berhasil membuka outlet di beberapa titik di kota dan kabupaten Bogor dan masih membuka *franchise* bagi investor yang ingin bergabung dengan skema bisnis yang diusung.

Japanese Souffle Pancake mengambil pasaran jajanan mahasiswa, pelajar, dan karyawan. Harga produknya sendiri dijual mulai harga Rp. 10,000 dengan tujuan agar tetap terjangkau bagi konsumen. Selain itu, konsep penjualan juga ditempatkan di area kaki lima dengan tujuan mendekatkan diri dengan konsumen. Dengan konsep tersebut, Japanese Souffle Pancake menarget omset penjualan sekitar 50 pcs *croffle* dan 20pcs *souffle pancake* per hari di setiap *booth*. Meskipun demikian, Japanese Souffle Pancake juga tidak lepas dari persaingan dengan usaha sejenis. Adapun beberapa *brand competitor* yang menjual produk serupa yaitu Dear Butter, Raindear, Pop Croffle dan masih banyak lagi dengan promosi dan harga yang berbeda. Untuk itu, Japanese Souffle Pancake dituntut untuk dapat menyusun strategi penjualan yang mampu menarik keputusan pembelian konsumen atas produknya.

Dengan kondisi ini, peneliti mengidentifikasi urgensi pengembangan usaha Japanese Souffle Pancake. Pertama, sebagai bentuk usaha baru yang mengusung konsep produk makanan kekinian maka Japanese Souffle Pancake dihadapkan dengan masalah pengenalan produk baru mereka di mata konsumen. Kedua, dengan target pasar yang terfokus pada kalangan mahasiswa, pelajar, dan karyawan, maka penentuan menu dan harga menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan penjualan Japanese Souffle Pancake karena harus menyesuaikan diri dengan selera konsumen tapi tetap dengan harga terjangkau tanpa harus mengurangi rasa dan kualitas produk. Ketiga, dengan konsep *booth* kaki lima, meskipun dapat mendekatkan diri dengan konsumen, tapi memunculkan masalah pelayanan terutama karena *service facility* yang terbatas. Konsep kaki lima ini

juga memberikan tantangan baru untuk Japanese Souffle Pancake untuk memberikan kenyamanan pelayanan kepada konsumen agar tidak menimbulkan kesan asal-asalan.

Hasil identifikasi masalah di atas didukung dengan adanya temuan dari kegiatan pra penelitian. Adapun kegiatan pra penelitian tersebut dilakukan dengan metode wawancara dan analisis dokumentasi. Adapun wawancara dilakukan kepada dengan bapak Dede selaku pemilik dan pengelola Japanese Souffle Pancake. Kemudian, analisis dokumentasi dilakukan dengan menelaah data penjualan sejak pertama kali Japanese Souffle Pancake dibuka pada tahun 2019 serta data penjualan produk Japanese Souffle Pancake satu tahun terakhir. Dari kegiatan pra penelitian tersebut diketahui bahwa pada tahun 2019, di tiga bulan pertama pembukaan outlet *booth* Japanese Souffle Pancake, penjualan produk terbilang cukup tinggi dimana target minimal penjualan saat itu yakni 30pcs *croffle* dan 10pcs *souffle pancake* per hari dapat terpenuhi bahkan dapat melampaui 2x lipat target di hari-hari tertentu. Di sisi lain, pada bulan selanjutnya, penjualan produk justru menurun bahkan kesulitan mengejar target penjualan di hari-hari *non-weekend*. Pada tahun 2020, penjualan produk Japanese Souffle Pancake mulai menemukan kestabilan dengan pemenuhan target minimal penjualan tiap hari sebagai indikator peningkatan kinerja penjualan. Terutama pada bulan tertentu, seperti di bulan puasa, penjualan Japanese Souffle Pancake dapat naik 2x lipat secara stabil meskipun masih dalam situasi pandemi. Pada tahun 2020 ini pula Japanese Souffle Pancake mulai membuka cabang dan membuka peluang *franchise* kepada beberapa investor yang berminat. Pada akhir 2020, Japanese Souffle Pancake berhasil membuka cabang di beberapa lokasi di kota dan kabupaten Bogor serta mampu meningkatkan target minimal penjualan perhari yakni menjadi 50pcs *croffle* dan 20 pcs *souffle pancake* per hari di setiap *booth*. Di beberapa booth tertentu penjualan lebih tinggi dibanding di lokasi lainnya karena faktor lokasi yang strategis. Kondisi ini berhasil dipertahankan dan berlangsung sampai sekarang.

Pada tahun selanjutnya, penjualan Japanese Souffle Pancake dapat dikatakan stabil. Meskipun demikian, terdapat fluktuasi angka penjualan yang disebabkan beberapa faktor. Adapun data penjualan Japanese Souffle Pancake pada satu tahun terakhir yang diperoleh dari manajemen Japanese Souffle Pancake disajikan sebagai berikut.

Tabel 1.1 Data Penjualan Japanese Souffle Pancake Satu Tahun Terakhir

No	Outlet Cabang	Mei 21	Jun 21	Jul 21	Agt 21	Sep 21	Nov 21	Des 21	Jan 22	Feb 22	Mar 22	Apr 22	Mei 22
1	Villa Bogor Indah	19980	19420	21090	22830	19720	18020	23900	19200	17820	20870	20900	19920
2	Taman Kenari	20870	19200	18300	21280	22900	18990	19820	17820	19020	20800	21920	20340
3	Bogor Asri	19800	19370	19810	20560	20210	19870	21990	20190	18990	19340	19300	18980
4	Bojong	19800	18730	17890	19890	18820	19430	21240	18720	19670	21990	18280	19230
5	Pemda	18990	18920	17820	21010	17890	17290	22380	20760	19200	22010	18760	19220
6	Cilebut	19200	17800	18730	20980	19200	17330	20980	19870	18760	21900	18720	18230
7	Inkopad	20980	18700	20170	21980	19820	20320	22900	18230	19230	23780	20100	19760
8	Citayam	19970	17890	17290	19990	19450	18720	20900	18290	19820	21230	20890	18780
9	Pakuan	21900	19820	19820	21990	19230	18760	23980	20890	19260	20800	20350	19200
10	Ciledug	20670	18290	18240	19200	19280	18820	20810	19820	19100	21290	20120	18230
11	Kudukeras	19200	18290	17280	21000	19980	17230	21020	20900	19200	21040	20300	18230
12	Karadenan	19900	18200	18260	19200	19020	17220	21010	20130	18200	21450	19890	17800
13	Perum Damara	20300	19200	17900	19500	19820	17620	20890	19820	17820	21040	19900	18200

Keterangan : Bulan Mei 21, Agt 21, Des 21 dan Mar 21 dilakukannya promosi terjadwal disertai promo

*data dalam ribuan

Sumber: Outlet Japanese Souffle Pancake (2022)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terdapat fluktuasi penjualan produk Japanese Souffle Pancake. Dari data penjualan tersebut, diketahui bahwa pada bulan diterapkannya promo harga dan pembaruan promosi produk terdapat kenaikan penjualan yang signifikan. Hal ini memberikan dorongan penjualan yang positif di saat penjualan mengalami penurunan di bulan-bulan sebelumnya. Misalnya pada bulan Desember 2021, pengelola melakukan promosi terjadwal dengan cukup mencolok yakni dengan mengiklankan kembali produk mereka di media sosial maupun dalam bentuk banner cetak, serta menerapkan promo potongan harga untuk beberapa produk hasilnya terjadi peningkatan angka penjualan di hampir seluruh outlet cabang *Japanese Souffle Pancake*.

Metode promosi ini terbukti membantu membantu penutupan pembukuan keuangan *Japanese Souffle Pancake* di tahun 2021 secara positif. Meskipun demikian setelah dilakukan promosi dan penerapan promo harga, penjualan produk Japanese Souffle Pancake mengalami penurunan sehingga promosi rutin dan penetapan potongan harga di even tertentu menjadi faktor pendukung agar daya beli konsumen bisa terjaga. Selain itu, dari Tabel 1.1 juga terlihat bahwa di beberapa outlet dengan tiga karyawan memiliki tingkat penjualan yang lebih tinggi dibanding outlet lainnya.

Outlet dengan tiga karyawan misalnya terdapat pada cabang Inkopad, Villa Bogor Indah, dan Taman Kenari. Selain jumlah karyawan, ketiga outlet itu juga memiliki

keunggulan dalam hal lokasi yang strategis serta tersedia ruang untuk bersantai yang digunakan untuk menikmati makanan di tempat. Perbedaan fasilitas dan pelayanan karyawan ini dinilai memberikan perbedaan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap daya beli konsumen serta angka penjualan produk. Dari temuan tersebut dapat ditarik kesimpulan awal bahwa fluktuasi penjualan Japanese Souffle Pancake ini yang diduga dipengaruhi beberapa faktor diantaranya faktor promosi, harga, dan kualitas pelayanan.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih outlet cabang Japanese Souffle Pancake yang berada di Villa Bogor Indah sebagai obyek penelitian. Dalam hal ini peneliti melihat bahwa pengambilan data pada satu cabang Japanese Souffle Pancake saja sudah cukup karena mampu memberikan kompleksitas data yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Adapun kompleksitas data yang dimaksud meliputi karakteristik populasi yang cukup besar, tidak homogen, dan tidak berstrata yang seimbang dan proporsional.

Selain itu, karakteristik satu cabang Japanese Souffle Pancake dengan cabang yang lainnya juga sama jadi pemilihan salah satu cabang dinilai bisa mewakili data dibutuhkan. Ditambah lagi, pemilik usaha dan pengelola Japanese Souffle Pancake yakni Bapak Dede menyarankan dilakukannya penelitian ini pada cabang-cabang yang sudah mapan dan sudah berjalan lebih dari 2 tahun dengan alasan kemapanan usaha dan kestabilan penjualan pada outlet tersebut dapat membantu pemerolehan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Adapun outlet Japanese Souffle Pancake yang disarankan diantaranya cabang Inkopad, Villa Bogor Indah, Taman Kenari, dan Pakuan. Dengan rekomendasi tersebut, peneliti memilih outlet cabang Villa Bogor Indah sebagai sampel penelitian.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memilih melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Japanese Souffle Pancake Di Kota Bogor.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan dilapangan, maka beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. *Japanese Souffle Pancake* sebagai salah satu bisnis kuliner di Bogor dihadapkan pada tantangan penjualan produk makanan mereka serta dihadapkan pada persaingan pasar yang ketat.
2. Dengan produk kuliner yang belum banyak dikenal masyarakat, *Japanese Souffle Pancake* memiliki ketergantungan besar pada kegiatan promosi agar dapat menarik minat konsumen.
3. Dengan pangsa pasar tertentu pada kalangan mahasiswa, pelajar, dan karyawan maka penentuan menu dan harga menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan penjualan *Japanese Souffle Pancake*
4. Dengan konsep kaki lima, masalah pelayanan konsumen menjadi faktor yang harus diperhatikan bagi *Japanese Souffle Pancake* untuk menjaga pelayanan konsumen sehingga tidak menimbulkan kesan asal-asalan yang dapat mengurangi kenyamanan konsumen.
5. Persaingan bisnis serupa yang semakin marak dan tingginya tuntutan keberhasilan usaha bagi kepada internal maupun kepada investor menyebabkan tekanan pengelola *Japanese Souffle Pancake* menjadi sangat tinggi.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah di *Japanese Souffle Pancake* menunjukkan bahwa permasalahan cukup banyak. Oleh sebab itu, peneliti membatasi fokus penelitian ini pada pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Lingkup penelitian juga dibatasi pada studi kasus *Japanese Souffle Pancake* kota Bogor yang menjadi subjek utama penelitian ini. Sementara itu, faktor-faktor lain seperti persaingan bisnis serupa ataupun faktor eksternal lainnya tidak diteliti.

Adapun fokus penelitian juga dibatasi pada outlet *Japanese Souffle Pancake* cabang Villa Bogor Indah saja. Alasan pemilihan outlet *Japanese Souffle Pancake* cabang Villa Bogor Indah sebagai objek penelitian yang memiliki kompleksitas data serta mampu mewakili karakteristik data yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Selain itu, outlet

Japanese Souffle Pancake cabang Villa Bogor Indah sudah berjalan lebih dari 2 tahun dengan alasan kemapanan usaha dan kestabilan penjualan sehingga dapat membantu pengambilan data yang dibutuhkan.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor?
2. Apakah secara parsial pengaruh promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor?
3. Apakah secara parsial pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor?
4. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui secara simultan harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor.
2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor.
3. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor.
4. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor.

1.6. Manfaat Penelitian

Selaras dengan tujuan penelitian tersebut, kegiatan penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk dapat memperhatikan variabel-variabel dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat meningkatkan penjualan dan kemajuan perusahaan.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan, wawasan dan kemampuan penulis serta membuktikan pengaruh dari variabel promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Akademisi

Memberikan kontribusi berupa pemahaman mengenai pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen kepada masyarakat umum yang membacanya.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.