

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan kuliner di Indonesia dari masa ke masa mengalami peningkatan dari tahun 2020 sebesar 2,54 % menjadi Rp 775,1 triliun, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri kuliner baik makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp 1,12 kuadriliun pada 2021. Perkembangan industri kuliner ini semakin meningkat, karena kuliner merupakan kebutuhan sehari – hari dari masyarakat Indonesia. Namun, seiring dengan perkembangan kuliner tidak hanya produk konsumsi saja, melainkan saat ini menjadi gaya hidup dari masyarakat. Jika dilihat dari sejarah, banyaknya pendatang yang berkunjung dan bahkan menetap di Indonesia sejak zaman dahulu menciptakan asimilasi budaya dengan kuliner lokal.

Sejarawan kuliner Universitas Padjajaran Fadly Rahman mengatakan, terdapat banyak bukti sejarah terkait tumbuh kembang kuliner nusantara, jika dilihat dari sejarah ini sudah berlangsung lama, beberapa kuliner pada zaman Hindu-Budha yang masih ada sampai sekarang dan menjadi favorit Presiden Soekarno yaitu pecel, sambal, sate, rawon dan dawet. Ia mengatakan, sejarah tumbuh berkembang kuliner nusantara ini mulai ada sejak datangnya berbagai pengaruh dari luar ke nusantara.

Kuliner saat ini mempunyai kesempatan luar biasa untuk bersaing secara global, dengan adanya perkembangan yang pesat sehingga para pelaku usaha dapat bekerjasama dengan negara lain seperti dalam kegiatan MICE atau ajang festival pentas kuliner di berbagai daerah Indonesia, termasuk dengan adanya program-program yang dilakukan oleh pemerintah dalam bidang kuliner tentu ini akan mendorong kewirausahaan mandiri berbasis produk lokal yang berkualitas.

Perkembangan bisnis di Indonesia tersebut tentunya menjadi hal yang sangat istimewa termasuk di Kota Bogor, yang terkenal sebagai kota hujan. Oleh karena itu menunjukkan bahwa saat ini perekonomian masyarakat di Indonesia mulai mengalami kebangkitan. Masyarakat Indonesia saat ini mulai mencari dan memanfaatkan peluang khususnya para wirausahawan muda untuk mendirikan dan membuka berbagai macam

usaha khususnya yang berhubungan dengan makanan dan minuman yaitu kuliner.

Kuliner di Kota Bogor menjadi lokasi favorit anak muda untuk sekedar berkumpul, makan dan aktivitas lainnya, hanya yang menjadi kendala adalah semakin membludaknya bisnis kuliner di Kota Bogor. Sehingga membuat penulis menjadi bertanya-tanya kuliner seperti apa yang diinginkan konsumen. Disamping itu faktor apa yang dapat menjadi acuan konsumen untuk memilih kuliner yang diinginkan. Berikut penulis sajikan daftar kuliner di Kota Bogor yang banyak dikunjungi oleh pelanggan baik dari Kota Bogor maupun luar Kota Bogor.

Tabel 1.1. Daftar Kuliner di Kota Bogor

NO	NAMA KULINER	ALAMAT
a.	Martabak Encek	Surya Kencana Bogor
b.	Lumpia Basah Gang Aut	Surya Kencana Bogor
c.	Soto Kuning Pak Yusuf	Surya Kencana Bogor
d.	Ngo Hiang Asli Gang Out	Surya Kencana Bogor
e.	Combrow Atmajaya	Surya Kencana Bogor
f.	Baso kikir Pak Jaka	Surya Kencana Bogor
g.	Cungkring Pak Jumat	Surya Kencana Bogor
h.	Sate sumsum Pak Oo	Surya Kencana Bogor
i.	Pepes sagu pisang Daniel	Surya Kencana Bogor
j.	Nasi Goreng Guan Tjo	Surya Kencana Bogor
k.	Ketan bakar Gang Aut	Surya Kencana Bogor
l.	Bubur Ayam Madura	Surya Kencana Bogor
m.	Kebab Aji	Surya Kencana Bogor
n.	Roti bakar	Surya Kencana Bogor

Sumber: Google.

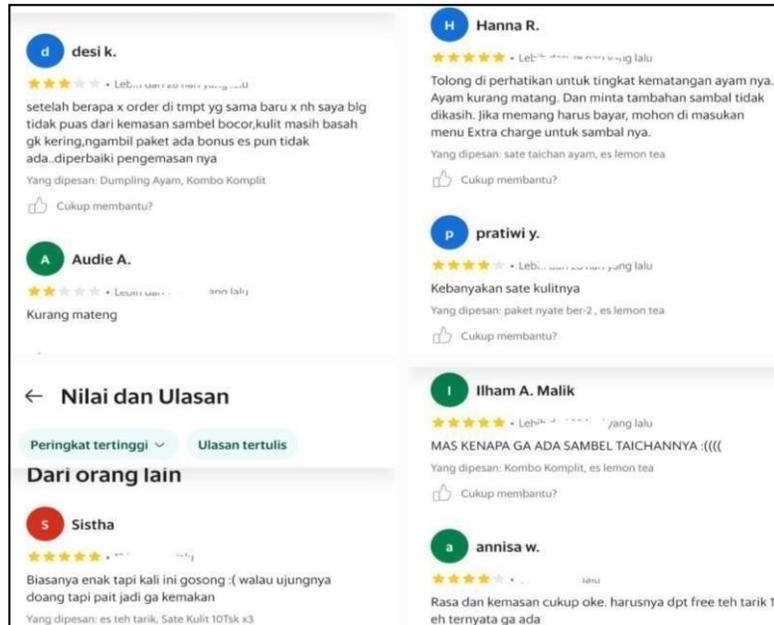
Tabel di atas memperlihatkan bahwa jumlah kuliner di Kota Bogor cukup banyak dan semakin meningkatnya pamor bisnis kuliner, dengan hal ini tentunya para pebisnis kuliner perlu belajar untuk meningkatkan kompetensi dalam bisnis. Pergerakan dunia bisnis yang dinamis telah mengantarkan kita pada sistem pemesanan, pembayaran, promosi, kualitas produk, lokasi bahkan kepuasan pelanggan. Harapannya agar konsumen terus merasa puas dan selalu terpenuhi keinginannya dalam melakukan pembelian di Kota Bogor. Oleh karena itu para pelaku usaha perlu memperhatikan aspek penting pemasaran. Sebagai kunci dari keberhasilan kuliner, Beberapa hal yang seharusnya dilakukan oleh manajemen untuk memenangkan persaingan bisnis kuliner tersebut antara lain yang berhubungan dengan, Kualitas Produk, Lokasi dan Promosi. Kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli sebuah produk.

Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Dengan produk yang berkualitas konsumen pun akan mendapatkan kepuasan terhadap produk yang dijual. Adapun pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor penting sebagai lokasi penunjang kegiatan suatu usaha. Tentunya manajemen harus memperhatikan bagaimana memilih lokasi yang strategis dan mudah diakses agar konsumen merasakan kenyamanan. Hal ini berpengaruh untuk keberlangsung bisnis, pada dasarnya lokasi ini harus diperhatikan dengan mempertimbangkan keberadaan pesaing kuliner. Dalam kondisi persaingan yang ketat saat ini, pebisnis pun melakukan segala upaya agar mendapatkan lokasi sesuai harapan konsumen dengan demikian tentunya akan menjadikan lokasi kuliner yang mudah dijangkau dan juga keamanan yang terjamin sehingga ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Selain kualitas produk dan lokasi, promosi juga dibutuhkan untuk meningkatkan pengunjung dengan tujuan mengenal dan mengetahui produk-produk yang dijual, maka dari itu promosi bisa menjadi kegiatan yang memperkenalkan suatu produk yang ditawarkan oleh pebisnis kepada konsumen salah satunya dengan ber-iklan atau brosur yang menarik, hal ini bisa menyebabkan hal positif bagi konsumen untuk berkunjung dan melakukan keputusan pembelian, mengingat promosi ini begitu penting maka manajemen harus meningkatkan promosi untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang dijual memiliki keunggulan dibanding pesaing. Dalam hal lain juga diharuskan manajemen perlu memberlakukan standar penyajian produk dengan proses yang sangat cepat sehingga harapannya pelanggan tidak akan terlalu lama menunggu kehadiran menu baik makanan maupun minuman yang mereka pesan tersebut.

Namun hasil ini masih belum bisa optimal oleh para pelaku usaha. Hal ini salah satunya ditandai dengan masih banyaknya komplain yang dilakukan oleh para konsumen atas berbagai hal tersebut. Hal ini menyebabkan timbulnya kekecewaan seorang konsumen atau keluhan yang disampaikan oleh seorang pelanggan. Tanpa kita sadari inilah faktor yang akan berpengaruh bagi keputusan pembelian. Adapun uraian ini merupakan sebuah

komplain yang disampaikan oleh konsumen ataupun pelanggan ketika berkunjung ke sebuah lokasi kuliner yaitu “Sate Taichan Hayuuu di Surya Kencana Kota Bogor”, seperti yang disampaikan oleh Desi. K, yang mengungkapkan komplainnya terhadap warung Sate Taichan Hayuu Surya Kencana Bogor, “*Setelah berapa kali order dilokasi yang sama baru kali ini saya bilang tidak puas dari segi kemas sambel bocor dan kulit masih basah tidak kering, ngambil pake ada bonus espun tapi tidak ada Tolong diperbaiki Kemasannya yaa..!!!*”.



Gambar 1.1. Komplain Pengunjung Sate Taichan Hayuuu

Sumber: Gofood.

Berbagai komentar atau komplain yang dilakukan oleh para pelanggan yang berkunjung ke Warung Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Bogor. Tentunya masih ada kekecewaan lain yang dirasakan oleh para pelanggan namun kemungkinan besar sebagian pelanggan enggan untuk berkomentar. Ini tentunya menjadi masalah tersendiri bagi pemilik usaha dan hal ini bisa menjadikan masalah dalam keputusan pembelian.

Tabel 1.2 Laba Bersih Penjualan

NO	BULAN	LABA BERSIH
1	FEBUARI	4.585.000
2	MARET	4.780.500
3	APRIL	3.880.500
4	MEI	2.545,500
5	JUNI	2.343.000
6	JULI	2.167.500

Dengan melihat tabel laba bersih diatas bisa kita lihat penurunan sangat besar dengan banyaknya komplainan dalam pengemasan, produk bahkan segi promosi yang kurang dari penjualan sate taichan hayuuu ini maka manajemen harus memperhitungkan dan mencari solusi agar penurunan bisa teratasi dan menjadi bahan evaluasi setelah melihat penjualan tersebut, maka dari ini segi kualitas produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian sate taichan hayuuu surya kaca bogor harus menjadi fokus untuk bahan penelitian ini.

Dari pembahasan diatas sekaligus fenomena yang terjadi menunjukkan salah satu lokasi kuliner yang berada di Kota Bogor yaitu Warung Sate Taichan Hayuuu yang memang masih belum memaksimalkan Kualitas Produk sehingga ada beberapa konsumen yang masih belum puas setelah mengunjungi warung tersebut, Sehingga tidak heran banyak usaha kuliner ataupun lokasi makan yang tidak mampu bertahan di tengah banyaknya kompetitif dan pada akhirnya tutup dalam waktu yg relatif singkat.

Melihat dari uraian diatas maka penulis, sangat tertarik untuk melakukan penelitian di sebuah lokasi kuliner khususnya yang berada di wilayah Kota Bogor. Adapun penelitian yang akan penulis lakukan berjudul **Pengaruh Kualitas produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Pembelian Sate Taichan Hayuuu Surya Kencana Bogor**. Harapannya dengan dilakukannya penelitian ini maka penulis dapat lebih memahami dengan baik faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Bogor Faktor penentu kualitas produk, lokasi dan promosi sehingga kedepannya penulis dapat memberikan masukan kepada Manajemen Sate

Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor dalam mengambil berbagai kebijakan strategis sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Semakin maraknya para pelaku usaha baru yang menawarkan menu yang lebih menarik dibandingkan kuliner sebelumnya, sehingga menimbulkan persaingan usaha yang sangat kuat diantara pelaku usaha dalam bidang kuliner di Kota Bogor
2. Masih banyaknya konsumen yang kecewa dikarenakan tingkat kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan, yang sekaligus menunjukkan masih rendahnya kinerja karyawan.
3. Kurangnya strategi dalam menentukan harga. Sehingga minimnya diskon untuk para pelanggan.
4. Area lokasi Sate Taichan Hayuuu terbuka, jika terjadi hujan maka area tersebut tidak bisa digunakan untuk konsumen melakukan makan di lokasi
5. Kurangnya strategi promosi oleh pelaku usaha yang masih belum tepat.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah di Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada :

1. Pengaruh Kualitas produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Bogor.
2. Variabel yang diteliti meliputi kualitas produk, lokasi, dan promosi sebagai variabel bebas nya dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat nya.

1.4 Perumusan Masalah

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

1. Apakah secara simultan kualitas produk, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor?

2. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor?
3. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor?
4. Apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah, maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara simultan kualitas produk, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor.
3. Untuk mengetahui secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor.
4. Untuk mengetahui secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor.

1.6 Manfaat Penelitian

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

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang pengaruh keputusan pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor.
2. Bagi peneliti, untuk menambah pengalaman, pengetahuan secara teoritik maupun praktikum.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian sebelumnya khususnya yang berkaitan dengan masalah Pengaruh kualitas produk, lokasi dan promosi terhadap pembelian Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor.

4. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk sumber referensi bagi pemodal atau investasi bisnis Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor.

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan 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 laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang lokasi 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 secara lebih 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.