

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Makanan sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia akan selalu dicari, selain sebagai sarana untuk bertahan hidup, makan juga berguna untuk pertumbuhan dan perkembangan tubuh manusia. Seiring dengan tingkat kesibukan manusia yang terus berkembang dan bertambah, kebiasaan untuk memasak makanan sendiri mulai ditinggalkan terlebih dengan semakin banyaknya rumah makan yang ada.

Semakin banyaknya bermunculan usaha- usaha bisnis penyajian makanan dan minuman (*food service*) modern di Indonesia seperti Mc Donald, KFC, Pizza Hut, Solaria, dan lain-lain, seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Sehingga mereka perlu menerapkan konsep pemasaran untuk mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Begitu juga halnya dengan usaha rumah makan yang menawarkan makanan khas Indonesia.

Tingkatnya persaingan di dunia usaha kuliner saat ini semakin ketat, karena banyaknya pengusaha yang berusaha untuk meningkatkan kualitas produk, pelayanan untuk mencapai keuntungan. Semakin banyak

rumah makan maka semakin mudah bagi konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Konsumen saat ini semakin pintar, artinya konsumen semakin bisa membandingkan antara kelayakan harga, kualitas produk dan pelayanan yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan karena makanan merupakan kebutuhan utama. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas jasa sangat di tentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan pelanggan sebagai pemakainya.

Konsumen banyak pertimbangan dalam hal memilih produk dan menentukan merk. Dalam hal persaingan Kedai “Enggal Raos” senantiasa memberikan pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanannya, rumah makan ini juga menyadari semakin ketatnya persaingan maka dalam pengolahan produksi lebih mengutamakan dalam cita rasa agar tidak kalah bersaing dengan rumah makan yang ada.

Kedai “Enggal Raos” menyajikan produk makanan yang utama yaitu bakso, mie ayam yang menjadikan menu utama namun tak hanya itu saja kedai Enggal Raos juga menyajikan menu lainnya yaitu menu ayam goreng, ayam bakar, soto daging, soto ayam, sop iga dan Kedai Enggal Raos juga meluncurkan menu baru agar mempunyai varian menu, tak hanya menu makanan yang disajikan juga ada menu minuman yang disajikan aneka jus, dan minuman segar lainnya. Kedai “Enggal Raos” terletak dikawasan mall CBD Ciledug yang merupakan salah satu kawasan strategi di Ciledug, selain pusat perbelanjaan dikawasan itu juga banyak terdapat perkantoran yang membuat kedai ini banyak dikunjungi.

Penetapan harga yang sudah bersaing di pasar merupakan salah satu usaha perusahaan untuk dapat mengembangkan perusahaannya agar dapat meningkatkan volume penjualan dan laba yang diterima. Bila harga yang ditawarkan sudah bersaing atau produk yang diberikan apakah telah sesuai dengan harga yang ditawarkan dengan kondisi produk yang ditawarkan tersebut harus memiliki kualitas yang baik agar konsumen mempunyai pilihan dalam membeli sehingga tidak perlu mencari ke tempat lain.

Harga yang diberikan oleh Kedai “Enggal Raos” dianggap sudah sesuai dengan keinginan pelanggan hal ini diketahui dari menu yang ditawarkan berkisar mulai dari harga Rp.4.000-Rp.25.000 per porsi, pelanggan merasa harga tersebut cukup terjangkau. Kedai Enggal Raos juga selalu memberikan penyajian yang cukup baik, namun tidak di dukung dengan pelayanan yang baik, karena komunikasi antara karyawan tidak berjalan baik. Hal ini merupakan salah satu hambatan dalam pelayanan.

Di samping harga yang bersaing, pengusaha juga harus dapat melakukan strategi promosi yang tepat untuk mencapai tujuannya. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha dengan tujuan menginformasikan, memberitahukan, membujuk, dan mempengaruhi konsumen dalam memilih atau membeli suatu produk yang ditawarkan oleh pengusaha.

Promosi yang diterapkan oleh Kedai “Enggal Raos” antara lain menyebarkan brosur, pemasangan spanduk di toko itu sendiri serta menyediakan wi-fi gratis bagi pengunjung, namun kedai “Enggal Raos” belum menyediakan pesan antar kepada konsumen serta belum mempunyai sistem online.

Untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan konsumen beli, konsumen harus mendapatkan informasi yang jelas, maka dari itu segala bentuk keputusan yang akan diambil oleh konsumen merupakan salah satu harapan dan tolak ukur bagaimana keberhasilan pengusaha dalam melakukan promosi.

Beberapa hal yang telah dijelaskan diatas, maka penulis memilih judul “Korelasi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Enggal Raos”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persaingan rumah makan yang menjual jenis makanan sangat ketat.
2. Belum mempunyai sistem pemesanan online dan pesan antar
3. Dalam cita rasa bersaing sangat ketat dalam usaha sejenisnya.
4. Konsumen banyak pertimbangan dalam hal memilih produk dan menentukan menu.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka penulis membatasi masalah penelitian pada:

1. Tingkat harga penjualan
2. Sistem promosi yang menarik minat pembeli
3. Keputusan pembelian berkaitan dengan harga serta promosi yang di perkenalkan

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah penelitian yang telah penulis dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Korelasi harga terhadap keputusan pembelian di Kedai Enggal Raos ?
2. Bagaimana Korelasi promosi terhadap keputusan pembelian di Kedai Enggal Raos ?
3. Bagaimana Korelasi harga serta promosi terhadap keputusan pembelian di Kedai Enggal Raos ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kedai Enggal Raos.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kedai Enggal Raos.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kedai Enggal Raos.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Umum :

- a. Untuk mengetahui harga, promosi, dan keputusan pembelian pada Kedai enggal raos.
- b. Untuk menganalisis hubungan antara harga, promosi, dan meningkatkan keputusan pembelian pada Kedai enggal raos.

2. Secara Khusus :

- a. Bagi Peneliti :

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga (S.Sos) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- 2) Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- 3) Bagi Kedai Enggal Raos dapat dipergunakan sebagai dasar untuk meningkatkan daya saing, promosi dan peningkatan dalam proses keputusan pembelian