

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri makanan saat ini yang meningkat dengan pesat ditandai dengan menjamurnya berbagai restoran siap saji di seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Hal tersebut disebabkan karena kesesuaian makanan siap saji dengan budaya masyarakat Indonesia yang dapat diklarifikasi sebagai budaya modern. Salah satu ciri yang tampak jelas adalah masyarakat memiliki banyak kesibukan dan aktifitas, masyarakat terbiasa dengan segala sesuatu yang cepat dan praktis. Hal tersebut berdampak pada timbulnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan yang cepat saji dan instan.

Sehingga tidak heran lagi apabila manusia pada zaman sekarang lebih menyukai makanan cepat saji (*fast food*). Oleh karena itu banyak orang yang memiliki kebiasaan untuk melepaskan stress dengan cara berkumpul dengan menikmati makanan cepat saji sambil berbincang-bincang dengan teman, pasangan, keluarga maupun rekan bisnisnya. Menikmati makanan cepat saji kini bukan lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan primer tapi sebagai bagian dari gaya hidup. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul. *Food court, cafe*, kedai kopi, restoran makanan cepat saji yang menjadi identitas tersendiri bagi kalangan tertentu, baik remaja maupun orang dewasa. Menurut survei terbaru *Master Card*, bertajuk *consumer Purchasing Priorities*, sebanyak 80 persen orang Indonesia lebih memilih untuk bersantap di *outlet* cepat saji, diikuti oleh pusat jajanan atau *food court* yang menempati urutan kedua dengan 61 persen, dan restoran atau *cafe* kelas menengah sebanyak 22 persen. ^[11]

Tangerang Selatan menjadi salah satu kota yang mengalami fenomena perubahan gaya hidup. Berkembangnya industri kafe, *coffee shop* dan restoran di Tangerang, khususnya Tangerang Selatan disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi masyarakat yang mengarah pada kehidupan

metropolis, yang menyebabkan bertambah pula barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhannya. Ketatnya industri restoran, *café* dan *coffee shop* di Tangerang Selatan mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya, setiap usaha penyedia layanan jasa perlu memperhatikan apa saja yang perlu ditingkatkan dan diberikan kepada konsumen sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Kota Tangerang Selatan sekarang banyak bermunculan *coffee shop* modern yang masing-masing memiliki kelebihan dan keragaman dalam menawarkan fasilitasnya yang bisa menjadi daya tariknya semakin banyak.

Coffee shop yang melakukan strategi penjualan dengan cara menyediakan fasilitas yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat dan juga berbagai macam konsep yang menarik salah satunya adalah konsep vintage dan juga elegan.

Tabel 1. Daftar Nama Cafe di Tangerang Selatan

No	Nama	Alamat
1	Roti Bakar 88	Kencana Loka BSD, Ciater, Tangerang Selatan
2	Keibar	Jl. Ir H Juanda Ciputat Timur, Cireundeu.
3	What's Up Cafe	Jl. Ir H Juanda, Ciputat Timur.

Berdasarkan Tabel diatas persaingan cafe di Tangerang Selatan sangat ketat sehingga memaksa para pemilik usaha untuk menyiapkan strategi yang tepat dalam memenangkan persaingan di pasar. Harga, Kualitas pelayanan dan Suasana *Cafe* telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu Organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi,

tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Adapun faktor-faktor yang dapat menarik pelanggan untuk berkunjung ke suatu cafe ^[2], diantaranya adalah:

1. Hiburan yang menarik

Biasanya masyarakat di kota besar sangat suka dengan cafe yang banyak hiburannya untuk melepaskan rasa lelah dan penat karena seharian beraktivitas kerja atau sekolah. Contoh hiburan yang menarik adalah menyediakan berbagai macam permainan serta diiringi musik yang kekinian sehingga membuat konsumen merasa nyaman dan senang.

2. Menu atau hidangan

Menu yang berbeda dengan cafe-cafe lain merupakan strategi yang dapat menarik pelanggan, dengan menu yang berbeda membuat konsumen penasaran sehingga konsumen memutuskan untuk berkunjung ke cafe yang menyajikan menu makanan yang berbeda dari cafe lainnya.

3. Fasilitas dan pelayanan

Fasilitas yang bisa menarik perhatian para konsumen salah satunya adalah wifi, tempat yang menyenangkan untuk berkumpul, ruangan indoor yang di fasilitasi dengan AC sehingga tidak merasa panas, TV, Stop kontak dan terdapat tanaman yang indah di sekitar ruangan. Kemudian yang perlu diperhatikan untuk menarik pelanggan adalah pelayanan. Seorang pelayan harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi tamu (excellent service) dan dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti:

- a. Penampilan diri

- b. Sikap dan tingkah laku

Salah satu cafe yang menyediakan berbagai macam menu, hiburan yang menarik, fasilitas dan pelayanan yang baik dan menyediakan suasana tempat yang menyenangkan adalah Warunk Upnormal. Warunk Upnormal

tersebar di 31 kota dengan 65 cabang di Indonesia, antara lain Bogor, Bandung, Tangerang, Depok dan kota lainnya. Menu kuliner yang disajikan terbilang unik, beragam menu khas warung kopi dengan sajian dihadirkan lewat beragam varian, kualitas, service, fasilitas hingga atmosfer berbeda.

Beragam menu unik dengan harga terjangkau bisa dinikmati, di antaranya aneka macam menu mie instan, roti bakar, beragam minuman ala Upnormal, desserts serta produk unggulan yakni kopi Gayo Aceh yang diroasting sendiri. Harganya juga terjangkau, mulai dari Rp1 3.500 hingga Rp14.500 untuk menu non paket, dan menu paket dibanderol sekitar Rp 20.500.

Pertimbangan seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh banyak faktor seperti halnya yang telah disebutkan diatas. Dan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian suatu produk adalah persepsi harga, kualitas pelayanan dan suasana *cafe* tersebut. Karena dari sebagian konsumen Warunk Upnormal yang ingin mengunjungi suatu *cafe* selalu yang dilihat dari segi harga tapi tidak semua orang berperilaku yang sama, sebagian orang pun tidak melihat dari segi harganya saja namun yang mereka lihat keunikan dari suasana *cafe* tersebut dan pelayanannya

Tabel 2. Tabel Data Pengunjung Warunk Upnormal Tangerang Selatan (Populasi)

Tahun	Pengunjung
2016	127.750
2017	130.364
2018	128.765
Rata – Rata	128.959

Sumber : Warunk upnormal BSD

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa selama periode 2016-2018 terjadi fluktuasi jumlah-jumlah pengunjung Warunk Upnormal Tangerang Selatan. Dimulai pada tahun 2016 sebesar 127.750, kemudian meningkat cukup pesat pada tahun 2017 sebesar 130.364 dan pada 2018 terjadi penurunan kembali sebesar 128.765. fluktuasi jumlah pengunjung diatas salah satunya disebabkan oleh banyaknya persaingan yang marak terjadi.

Beberapa cara yang dilakukan perusahaan dalam mencapai keputusan pembelian adalah dengan memberikan harga yang tepat. Harga merupakan salah satu faktor penentu pembelian dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa yang akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Harga juga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan minat beli maupun keputusan membeli konsumen. Harga dari sudut pandang pemasaran merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.^[3] Mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. ^[4]

Suasana *cafe* yang di sajikan di Warunk Upnormal cukup bagus dan lengkap, menciptakan kenyamanan tempat, menyediakan fasilitas seperti *wifi*, TV, colokan, serta AC. Dalam rangka memberikan pengalaman bagi konsumen, Warunk Upnorma pamulang menyediakan beragam permainan diantaranya, *Uno stacko*, *Jenggo*, *Pie face*, dan lainnya agar konsumen dapat bebas bermain sambil menunggu atau menyantap hidangan sehingga membuat para konsumen tidak mudah bosan. Dan terdapat konsumen mengatakan suasana *cafe* di Warunk Upnormal Pamulang merasa tidak nyaman hal itu disebabkan oleh ramainya suara konsumen saat bermain permainan yang disediakan oleh Warunk Upnormal Tangerang Selatan.

Dari latar belakang yang telah uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Warunk Upnormal yang ada di Tangerang selatan, yang berlokasi di Jl. Siliwangi, Pamulang dan Jl. Rawa Buntu,

BSD dengan mengambil topik yang berkaitan dengan : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN DI WARUNK UPNORMAL BSD (Studi Pada Konsumen Warunk Upnormal Di BSD).**

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap penjualan di Warunk Upnormal BSD?
2. Apakah Produk berpengaruh terhadap penjualan di Warunk Upnormal BSD?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap penjualan di Warunk Upnormal BSD?
4. Apakah Promosi berpengaruh penjualan di Warunk Upnormal BSD?
5. Apakah harga, produk, tempat dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap penjualan di Warunk Upnormal BSD?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang dijabarkan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap penjualan di Warunk Upnormal.
2. Untuk mengetahui apakah Produk berpengaruh terhadap penjualan di Warunk Upnormal BSD.
3. Untuk mengetahui apakah Lokasi berpengaruh terhadap penjualan di Warunk Upnormal BSD.
4. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh penjualan di Warunk Upnormal BSD.

5. Untuk mengetahui Apakah harga, produk, tempat dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap penjualan di Warunk Upnormal BSD.

1.4 Batasan Masalah

Pada penelitian ini peneliti memberikan batasan masalah hanya pada bauran pemasaran Warunk Upnormal BSD (Harga, Produk, Lokasi, dan Promosi).

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dan mendukung penelitian skripsi ini, meliputi teori-teori serta pendapat para ahli dan jurnal-jurnal tentang buaran pemasaran.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Berisi mengenai diagram alir yang dijadikan sebagai gambaran secara garis besar tahapan awal dalam penelitian sampai dengan metode yang di gunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISA

Pembahasan mengenai pengolahan data yang diperoleh, kemudian melakukan analisa sehingga dapat memberikan analisa tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di warunk upnormal BSD.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran-saran.