

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Makanan merupakan kebutuhan primer setiap manusia, karena setiap harinya manusia membutuhkan makan. Makanan itu sendiri dapat diklasifikasikan lebih lanjut sebagai makanan pokok dan makanan tambahan, adapun yang dimaksudkan makanan pokok adalah makanan yang keberadaannya mutlak, harus ada untuk dimakan sehari-hari, sebagai contoh yaitu nasi serta lauk (apabila mengikuti prinsip empat sehat 5 sempurna, maka sayuran, buah, susupun dapat disertakan). Sedangkan makanan tambahan ialah makanan yang keberadaannya hanya sebagai pelengkap dan bersifat tentatif, boleh ada boleh tidak, sebagai contoh yakni berbagai macam makanan cemilan, *snack*, kerupuk, keripik, dan masih banyak lagi.

Keberhasilan suatu usaha juga dapat ditentukan oleh seberapa keberhasilan kegiatan pemasaran dari produk atau jasa yang dihasilkan. Penerapan konsep pemasaran yang tepat sangat diperlukan agar dapat menentukan strategi pasar dan strategi pemasaran yang mengarah pada sasaran yang ingin dicapai perusahaan, dalam penelitian ini perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatnya minat beli konsumen terhadap produk yang dijual.

Bebek Prakoso 25 Kota Metro adalah salah satu bisnis di kota metro yang bergerak dibidang kuliner atau makanan yaitu dengan produk olahan bebek bacem khas olahan jogja sebagai produk utama. Usaha ini pertama dibangun pada janurari 2015, dalam perjalanan awal kemunculan bisnis ini, pemilik

usaha hanya menjual produk dengan home industri tanpa memiliki tempat jualan, kemudian pada bulan april usaha ini mempunyai sebuah bangunan sederhana seluas 4x5 m<sup>2</sup> dengan jumlah 4 meja lesehan yang dapat digunakan konsumen untuk menikmati makanannya. Produk makanan yang dijual oleh kedai bebek prakoso 25 adalah bebek bacem yang ditawarkan konsumen dengan harga Rp 25.000 /porsi, harga yang ditawarkan kepada konsumen hanya dilakukan dengan pertimbangan sederhana dan tradisional yang dilakukan oleh pemilik usaha.

Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih suatu tempat yang menjual makanan. Salah satu faktor yang diharapkan oleh konsumen adalah harga yang sesuai, faktor kenyamanan, dimana konsumen dapat merasakan suasana yang tenang, santai dan nyaman saat berkunjung ke suatu tempat yang menjual makanan.

Maka sangatlah penting bagi sebuah usaha untuk mempertimbangkan atmosphere tempat usaha tersebut sehingga tercipta suatu suasana yang nyaman dan dapat mengungguli tempat usaha lainnya yang sejenis. Kenyamanan tempat usaha dapat diciptakan melalui pemilihan warna, penempatan meja makan, cahaya, penampilan dari rumah makan itu sendiri.

Pada saat awal kemunculan pada tahun 2015, jika dilihat pada gambar usaha ini hanya menggunakan alat sederhana untuk menunjang suasana toko atau tempat makan bebek prakoso 25, yaitu dengan menggunakan karpet sebagai alas untuk konsumen duduk, meja lesehan sebagai tempat makan konsumen, penggunaan asbes pada langit-langit yang cenderung memberikan efek panas pada tempat usaha, agak sedikit membuat konsumen merasa tidak nyaman. Pemilik usaha mengatakan alasan

mengapa tidak adanya penambahan perlengkapan yang dapat menunjang suasana toko adalah karena ketidaktauan dan tidak memperhatikan.

Pada tahun 2018 pemilik melakukan perubahan pada *store atmosphere* (suasana toko) bebek prakoso 25 kota metro. Perubahan yang dilakukan oleh pemilik usaha mulai dari suasana toko, konsep toko, penambahan cahaya, pergantian alat yang digunakan mulai dari kursi, meja dan penambahan adanya musik ditoko. Hal ini dilakukan oleh pemilik usaha dengan harapan dapat meningkatnya minat beli konsumen. Pemilik usaha sadar bahwa suasana toko yang nyaman dan sesuai dengan keinginan konsumen memiliki dampak terhadap minat konsumen untuk membeli produk.

Terdapat pengaruh antara *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen. Resti (2010:110) melakukan penelitian tentang pengaruh persepsi *store atmosphere* minat beli konsumen dengan mengambil studi pada *resort cafe atmosphere* bandung, dan hasilnya menunjukkan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Selain melakukan perubahan dalam suasana toko, pemilik usaha juga lebih mempertahankan desain Kemasan yang unik dengan menggunakan anyam bambu sebagai wadah produk untuk pelanggan yang memilih untuk membungkus makanannya dan menikmatinya dirumah. beikut adalah tampilan desain Kemasan unik yang dipertahankan oleh pemilik usaha, yaitu:

Pemilik usaha memilih untuk menerapkan desain Kemasan yang khas dan unik sebagai ciri khas produk yang dihasilkan kedai bebek prakoso 25 kota metro. Banyaknya konsumen yang memberikan respon positif atas

penggunaan kemasan yang ramah lingkungan dengan menggunakan anyaman bambu sebagai keemasan produk.

Terdapat pengaruh antara desain Kemasan terhadap minat beli konsumen. Rizky (2015:52) melakukan penelitian tentang pengaruh desain Kemasan minat beli konsumen dengan mengambil studi pada sepatu adidas original, dan hasilnya menunjukkan bahwa desain Kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Pemilik usaha mengatakan bahwa tidak tercapainya target usaha sebesar Rp 60.000.000 pada tahun 2015, menjadi motivasi untuk pemilik usaha melakukan perubahan suasana toko dengan tujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Pernyataan pemilik usaha didukung dengan daftar tabel omset penjualan bebek prakoso tahun 2015-2018 yang tidak mencapai target tahunan, yaitu :

**Tabel 1 Omset Penjualan Bebek Prakoso 25 Kota Metro tahun 2015-2018**

O	Bulan	Omset Penjualan 2015-2018			
		2015 (Rp)	2016 (Rp)	2017 (Rp)	2018 (Rp)
1	Januari	3.640.000	6.830.000	23.165.000	-
2	Februari	4.800.000	9.321.000	26.410.000	38.000.000
3	Maret	5.220.000	8.125.000	22.915.000	37.725.000
4	April	4.125.000	9.400.000	16.250.000	32.150.000
5	Mei	5.530.000	8.422.000	18.640.000	34.300.000
6	Jun	6.400.000	14.800.000	15.220.000	27.250.000
7	Jul	4.210.000	9.100.000	19.700.000	33.000.000
8	Agustus	4.830.000	15.480.000	14.235.000	32.300.000
9	September	5.352.000	10.700.000	18.175.000	36.722.000
10	Oktober	6.452.000	16.420.000	18.935.000	38.218.000
11	November	6.741.000	10.870.000	16.140.000	31.234.000
12	Deszember	7.320.000	12.221.000	15.132.000	35.265.000
	<b>Jumlah</b>	<b>64.620.000</b>	<b>131.689.000</b>	<b>224.917.000</b>	<b>376.164.000</b>

Sumber : Data Wawancara Pada Usaha Bebek Prakoso 25 Tahun 2019

Data pada tabel 1 menggambarkan omset penjualan pada usaha bebek prakoso 25 di kota metro, pada awal usaha ini dibuka pemilik usaha mengatakan bahwa usaha ini memiliki target penjualan tahunan yaitu sebesar Rp 60.000.000. Setelah usaha ini berjalan dalam kurun waktu 1 tahun, ternyata omset penjualan yang mampu dihasilkan usaha ini sebesar Rp 64.620.000 yang menunjukkan bahwa target penjualan tahunan usaha tercapai, walaupun dalam setiap bulannya omset penjualan mengalami kenaikan dan penurunan.

Pemilik usaha mengatakan ketika melihat omset penjualannya yang tercapai pada tahun 2015, maka pemilik usaha bertekad untuk meningkatkan target penjualan yaitu sebesar Rp 90.000.000 pada tahun 2016, pemilik usaha mengambil langkah dengan meningkatkan harga jual produk sebesar Rp 30.000 /porsi, seiring dengan berjalannya waktu dan juga naik turunnya omset penjualan /bulan. Dapat dilihat bahwa omset penjualan tahunan pada tahun 2016 mencapai target yang diinginkan yaitu hanya sebesar Rp 131.689.000 sedangkan target yang ingin dicapai sebesar Rp 90.000.000 kejadian ini diduga pemilik karena naiknya harga jual produk. Bahkan omset penjualan tahun 2016 lebih besar dari tahun sebelumnya, maka ditahun 2017 pemilik meningkatkan target omset penjualan sebesar Rp 150.000.000 dengan harapan tercapainya target penjualan, ternyata jika dilihat dari laporan penjualan tahun 2017, usaha ini juga bisa mencapai target penjualan dan bisa mendapatkan omset Rp 224.917.000 pada tahun 2017, jika dibandingkan tahun sebelumnya omset perusahaan mengalami peningkatan jauh lebih tinggi mencapai target tahunan.

Pada tahun 2018 awal pemilik usaha ini mengambil langkah untuk mengubah suasana toko (*store atmosphere*) dan melakukan renovasi total pada tempat usaha, dengan harapan akan ada peningkatan yang signifikan terhadap omset penjualan bulanan dan tahunan. Seiring dengan berjalannya waktu jika dilihat dari laporan penjualan bebek prakoso 25 tahun 2018, omset usaha mengalami peningkatan lebih dari 2 kali lipat dalam satu bulan, bulan februari usaha ini menargetkan Rp 30.000.000 pada bulan pertama setelah terjadi renovasi, ternyata usaha ini mampu mendapatkan Rp 38.000.000 pada bulan februari, dengan penjualan sebanyak 50-80/hari dari hasil yang telah didapat pemilik menargetkan untuk target penjualan tahun 2018 adalah sebesar Rp 250.000.000. Seiring dengan berjalannya waktu dapat dilihat bahwa pada akhir tahun 2018 usaha ini mampu mendapatkan omset penjualan sebesar Rp 376.164.000 melebihi target penjualan yang ditetapkan.

Bedasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Suasana Toko (*Store Atmosphere*), Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Bebek Prakoso 25 Kota Metro”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka penulis dapat melakukan perumusan masalah sebagai berikut :

- a. Adakah pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada usaha bebek prakoso 25 kota metro?
- b. Adakah pengaruh desain Kemasan terhadap minat beli konsumen pada usaha bebek prakoso 25 kota metro?
- c. Adakah pengaruh *store atmosphere* (Suasana Toko) terhadap minat beli konsumen pada usaha bebek prakoso 25 kota metro?
- d. Adakah pengaruh harga, desain Kemasan, *store atmosphere* (Suasana Toko) terhadap minat beli konsumen pada kedai bebek prakoso 25 kota metro?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada usaha bebek prakoso 25 kota metro.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain Kemasan terhadap minat beli konsumen pada usaha bebek prakoso 25 kota metro.
3. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* (suasana toko) terhadap minat beli konsumen pada usaha bebek prakoso 25 kota metro.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara harga, desain Kemasan, *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada kedai bebek prakoso 25 kota metro.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat berguna, sebagai berikut:

1. Bagi akademik diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai pengaruh harga, desain Kemasan, *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen.
2. Bagi perusahaan/ tempat penelitian diharapkan dapat mempertimbangkan kebijakannya khususnya tentang adanya harga, desain Kemasan, *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini akan menjadi sumber pengetahuan agar bermanfaat bagi kemajuan pendidikan dan kemajuan dunia perusahaan dan dunia usaha.

#### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara berbagai fenomena yang akan diselidiki.

Penelitian ini juga memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel harga, desain kemasan dan *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen bebek prakoso 25 kota metro.