

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin pesat sekarang ini yang menyebabkan terjadinya persaingan pasar semakin ketat. Dengan adanya persaingan pasar dalam suatu organisasi pada perusahaan dituntut untuk dapat mengambil langkah-langkah yang tepat agar dapat beradaptasi terhadap perubahan iklim usaha yang dinamis. Dalam perkembangan jenis makanan yang memproduksi produk yang sejenis, menyebabkan setiap perusahaan harus memberikan inovasi terhadap produknya. Inovasi-inovasi ini muncul akibat kebutuhan yang sangat beragam dari konsumen sehingga produsen dituntut agar bisa melahirkan sebuah produk yang berbeda dari lainnya. Perusahaan memiliki beberapa faktor penting untuk memajukan bisnis gunanya untuk mengatasi pesaing dengan memberikan inovasi produk. Pada dasarnya semakin banyak pesaing dapat membuat konsumen melakukan evaluasi dalam memilih suatu produk. Selain itu konsumen bisa lebih cermat dalam menghadapi suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Perkembangan bisnis kuliner di kalangan masyarakat sangat meningkat dengan berbagai macam khas makanan tradisional dengan cita rasa yang nikmat. Bisnis kuliner dilakukan dengan berbagai konsep seperti restoran, cafe, angkringan dan warung kaki lima. Karena pada dasarnya setiap masyarakat memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dalam menentukan makanan cepat saji. Dengan adanya berbagai rumah makan cepat saji dapat menjadi sasaran konsumen untuk bersantai dengan keluarga, sahabat atau juga klien kerja. Pada umumnya pesaing bisnis kuliner sangat banyak di wilayah Indonesia, maka dari itu setiap usaha harus memperhatikan faktor-faktor penting dalam pemasaran.

Hal ini yang mendorong munculnya beragam restoran yang menyajikan tidak hanya menu dengan cita rasa tinggi namun juga pelayanan, konsep, suasana makan dan tata ruang restoran yang menarik. Wisata kuliner saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi industri kuliner yang berikan tidak hanya cita rasa tetapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi. Sebab itu, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya. Permintaan dan daya tarik konsumen yang tinggi terhadap wisata kuliner membuka peluang usaha dengan beragam restoran. Hal ini terbukti dengan mudah ditemukan berbagai jenis restoran yang menyajikan dengan fasilitas dan layanan yang baik. Konsep restoran dengan suasana makan dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting pada suatu usaha di bidang kuliner agar konsumen tetap berkunjung serta mampu menarik konsumen baru.

Setiap Rumah Makan harus memberikan kualitas makanan yang baik dan keinginannya mudah terpenuhi. Cita rasa pada rumah makan yang sudah terbentuk dimata masyarakat sebagai tempat yang enak dan santai untuk menikmati menu makanan atau minuman yang tersedia akan selalu menjadi daya tarik konsumen. Peran yang dapat mendukung keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk, cita rasa dan dari mulut ke mulut. Kualitas pelayanan berfungsi sebagai driver yang membawa variabel-variabel kedalam keputusan pembelian. Kualitas produk ini memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen tanpa adanya mutu produk yang baik pada suatu bisnis kuliner (Laksana, 2018). Salah satunya bisnis usaha Soto Bogor Bang Adi yang mulai berjualan pada tahun 2004 lokasi di Jl. Rawamangun Muka Timur No. 41, Jakarta Timur yaitu salah satu tempat makan yang memiliki ciri khas rasa makanan soto pada umumnya dalam berbagai menu hidangan. Dalam hal itu yang membuat Soto Bogor Bang Adi ini menjadi daya tarik konsumen yang dilihat dari segi makanan untuk kebutuhannya.

Menu hidangan pada Soto Bogor Bang Adi yaitu khususnya soto khas makanan tradisional daerah bogor. Sehingga konsumen dapat memilih menu Soto Bogor Bang Adi sebagai makanan yang sesuai keinginan pada kebutuhannya. Di samping itu harga dari menu hidangan tersebut sangat terjangkau dan mudah ditemukan penjual Soto Bogor Bang Adi khususnya di daerah Jakarta Timur. Pemilik Soto Bogor Bang Adi juga membuat inovasi yang ditunjukkan agar dapat membuat variasi produk yang berbeda dari pesaing. Salah satu produk makanan pengganti pokok yang banyak digemari oleh para konsumen. Soto merupakan salah satu jenis makanan pengganti makanan pokok yang dikonsumsi untuk semua kalangan pada umumnya. Pada saat ini banyak sekali yang telah beredar pasar banyaknya jenis soto ini tidak lain dikarenakan telah banyaknya yang mengerti bahwasannya ini telah memiliki pangsa pasar yang cukup banyak di Indonesia dapat disejajarkan dengan makanan lainnya. Menanggapi hal tersebut para penjual soto terus melakukan inovasi yang ditujukan agar dapat melahirkan produk jenis soto yang berbeda dari yang lain, selain melakukan inovasi hal-hal penting yang harus dilakukan oleh para penjual soto mampu membaca peluang pasar serta perilaku konsumen agar apa yang diinginkan oleh konsumen akan mampu dipenuhi.

Tabel 1.1 Data Pengunjung Soto Bogor Bang Adi Selama 4 Bulan

Bulan	Omset	Data Pengunjung
Juli	Rp 24.000.000,-	1.200
Agustus	Rp 25.200.000,-	1.260
September	Rp 22.800.000,-	1.140
Oktober	Rp 20.400.000,-	1.020

Sumber: Data Wawancara Pemilik Soto Bogor Bang Adi (2021)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung selama 4 bulan pada bulan Oktober yaitu 1.020 pelanggan dengan omset Rp 20.400.000 mengalami penurunan pengunjung. Hal ini harus diperhatikan oleh pemilik dari Soto Bogor Bang Adi dengan menganalisa keluhan konsumen seperti keramahan pelayanan atau kebersihan rumah makan. Karena setiap konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda, maka dari itu pemilik Soto Bogor Bang Adi harus memperhatikan pada sisi keinginan konsumen. Hal ini juga disadari oleh pemilik Soto Bogor Bang Adi yang harus mempertahankan kualitas, karena adanya pesaing yang sejenis yaitu Soto Lamongan dan Soto betawi yang selalu ramai dengan pengunjung.

Salah satu cara pada Soto Bogor Bang Adi untuk mencapai tujuan yaitu harus mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan ketertarikan untuk membeli produk. Dengan banyaknya usaha yang bersifat sejenis soto tentunya mengakibatkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi tersebut Soto Bogor Bang Adi harus cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik dimasa yang akan datang. Dalam mempengaruhi keputusan pembelian biasanya konsumen selalu melihat pada cita rasa yang dikenal oleh setiap masyarakat. Informasi dari konsumen sebelumnya yang pernah melakukan pembelian di Soto Bogor Bang Adi juga dapat membuat ketertarikan dalam niat pembelian. Selain itu, berdasarkan kualitas makanan juga mampu membuat konsumen akan tertarik terhadap produk. Jika konsumen sudah merasakan suka kepada Soto Bogor Bang Adi tidak ada kemungkinan konsumen tersebut akan selalu berkunjung untuk melakukan pembelian ulang. Promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) merupakan salah satu bagian pemasaran yang berupa pujian atau rekomendasi tentang produk dari pengalaman konsumen atas layanan jasa dan produk.

Hal ini yang menjadi tugas utama pemilik usaha adalah untuk memenuhi keinginan konsumen gunanya untuk menarik daya minat beli konsumen agar

mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Konsumen lebih selektif dalam memilih tempat makan karena banyaknya tempat lain dan memiliki kelebihan yang berbeda dengan berbagai macam menu makanan. Oleh karena itu, jika konsumen sudah terpenuhi keinginannya dalam menikmati menu makanan saat ini dibuktikan dengan adanya peningkatan daya minat beli pada Soto Bogor Bang Adi. Hal ini yang membuat penulis tertarik menggunakan kualitas produk, cita rasa dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan fakta-fakta yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, maka perumusan masalah pada penelitian ini dapat diungkapkan dalam bentuk pertanyaan, berikut ini:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Soto Bogor Bang Adi di Jakarta Timur?
2. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Soto Bogor Bang Adi di Jakarta Timur?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Soto Bogor Bang Adi di Jakarta Timur?
4. Apakah kualitas produk, cita rasa dan *word of mouth* berpengaruh secara bersama terhadap keputusan pembelian pada Soto Bogor Bang Adi di Jakarta Timur?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini antara lain untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Soto Bogor Bang Adi di Jakarta Timur.

2. Pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian pada Soto Bogor Bang Adi di Jakarta Timur.
3. Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Soto Bogor Bang Adi di Jakarta Timur.
4. Pengaruh secara bersama kualitas produk, cita rasa dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Soto Bogor Bang Adi di Jakarta Timur.

1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian atau pembuatan suatu karya tulis ditunjukkan agar dapat memberikan manfaat dan berguna bagi para pembaca, pemerhati atau lembaga yang terkait langsung. Manfaat yang diharapkan adalah:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman serta menjadikan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sastra 1 (S-1) Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta dan menambah wawasan tentang kualitas produk, cita rasa dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada rumah makan soto.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengalaman bagi penulis untuk mengetahui faktor-faktor tentang produk sebelum melakukan pembelian. Kemudian juga dapat memahami penerapan teori yang telah diperoleh pada perkuliahan.

3. Bagi Pemilik Soto Bogor Bang Adi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi untuk mengevaluasi bagi pemilik usaha Soto Bogor Bang Adi dimasa yang akan datang. Sehingga Soto Bogor Bang Adi di kenal oleh masyarakat sekitar dengan rasa ciri khas soto bogor yang enak.