

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan perkembangan zaman kini pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Indonesia sangat berperan penting dalam meningkatkan suatu pendapatan daerah termasuk dalam menyejahterakan suatu masyarakat. Dapat diambil contoh seperti di Indonesia saat ini UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) sangat berperan penting terhadap kebutuhan perekonomian bagi masyarakat luas yaitu sebagai sektor usaha yang berperan pasti dan juga penting terhadap perekonomian. Dengan adanya UMKM masyarakat luas diyakini bisa jadi alternatif untuk menanggulangi kemiskinan. Menurut Tambunan (2012) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Berdasarkan pendapat ahli diatas maka dapat kita kembangkan dalam sebuah definisi yakni UMKM merupakan badan usaha yang dimiliki oleh perorangan yang memenuhi kriteria usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Saat ini UMKM di Ponorogo sangat berkembang pesat dan berjalan dengan cepat seperti halnya di industri makanan maupun minuman. Berdasarkan jumlah UMKM menurut data dinas koperasi dan UMKM Propinsi Jawa Timur Ponorogo memiliki 207.561 UMKM, jumlah tersebut bisa terus bertambah dan juga meningkat dari setiap tahun

ke tahun. Dengan adanya banyak UMKM di Ponorogo ini diharapkan dapat memberikan sebuah pemasukan yang cukup baik terhadap kesejahteraan bagi masyarakat khususnya dalam upaya penurunan tingkat kemiskinan, tingkat pengangguran dan pendapatan dari daerah atau desa masing-masing. Peranan UMKM di masyarakat ini diharapkan bisa mampu memenuhi kebutuhan dari masyarakat dan bisa membantu masyarakat di tingkat pengangguran yang setiap tahunnya terus bertambah dan terus meningkat. Untuk memperkuat jalannya suatu UMKM maka diperlukan keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Berdasarkan pendapat beberapa ahli diatas bisa didefinisikan bahwa keputusan pembelian dapat dilakukan apabila produk atau barang tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan, sehingga sebagai pelaku bisnis sebaiknya memberikan pelayanan dan juga fasilitas yang memadahi agar bisa menjadi pilihan bagi konsumen atau pembeli dan juga menyediakan kebutuhan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Dalam melakukan keputusan pembelian ada beberapa variabel-variabel yang menjadi pendukung untuk memperkuat keputusan pembelian yaitu keragaman menu, keunikan produk dan cita rasa.

Hal pertama yang harus dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih produk yaitu dengan melihat dari keragaman menu. Menurut Kotler & Keller (2012) keragaman menu atau produk adalah tersedianya jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki serta dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh produsen. Sedangkan menurut Ali & Waluyo (2013) keragaman menu adalah mulai dari rasa, ukuran dan juga kualitas serta ketersediaan produk yang diberikan produsen untuk konsumen. Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat diambil kesimpulan bahwa keragaman produk adalah ketersediaan jenis produk yang memiliki ciri rasa, bentuk dan jumlah yang disediakan oleh produsen untuk konsumen.

Dalam rumah makan atau warung makan keragaman menu ini sangatlah penting karena bisa menentukan konsumen untuk memilih atau membeli suatu produk yang berupa makanan dan juga minuman yang sesuai dengan keinginan mereka. Sehingga keragaman menu sangat penting agar dapat memperluas target pasar dan juga memenuhi keinginan yang berbeda-beda dari konsumen. Maka dari itu rumah makan atau warung makan diharap selalu meningkatkan dan mengembangkan dari setiap menu yang ada agar bisa bikin tertarik dari konsumen serta bisa meningkatkan tingkat penjualan dan bisa bersaing dengan rumah makan yang lainnya.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh antara keragaman menu terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan Hanjaya

(2016) juga sesuai dengan Cahyo (2020), dan Fidela (2021) terbukti bahwa keragaman menu dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu maka keragaman menu dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Produk yang sudah dikenal konsumen secara luas maka harus dipertahankan seperti keragaman menu yang harus tetap dijaga.

Selanjutnya, yang perlu diperhatikan dalam keputusan pembelian yaitu mengenai keunikan produk. Sebelumnya, pengertian dari keunikan produk itu sendiri adalah salah satu aktifitas penting untuk menentukan strategi pasar agar produk yang dihasilkan bisa ditawarkan dipasar dan bisa ikut bersaing dengan produk yang lain. Dengan adanya keunikan produk ini maka pelaku usaha bisa memberikan pembeda terhadap hasil produknnya dengan produk yang lain, seperti memberikan tampilan yang berbeda dan terus mengembangkan keunikan maupun pembeda produk-produk tersebut sehingga mampu bersaing di pasaran.

Pada usaha makanan keunikan produk ini sangatlah penting karena karena dengan keunikan produk ini bisa menjadikan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Maka dari itu keunikan dari suatu produk harus terus ditingkatkan dan dikembangkan agar muncul banyak produk yang baru dan tentunya lain dari produk yang lain sehingga banyak konsumen yang berdatangan tertarik untuk membeli. Dan tentunya dengan adanya keunikan produk yang dimiliki oleh salah satu produk maka akan terlihat lebih baik dari pada produk yang lain, karena dengan adanya keunikan dalam produk tersebut bisa memberikan nilai tambahan tersendiri.

Dari pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa keunikan produk adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menciptakan suatu perbedaan dan keunggulan dari produknya, maka dari itu Keunikan Produk sangatlah penting bagi pelaku usaha untuk menentukan produknya bisa laku tidaknya dipasaran serta bisa bersaing atau tidaknya dengan produk yang lainnya.

Sehingga dari uraian diatas dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh antara keunikan produk terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan Agustian (2018) juga sesuai dengan Sitanggang (2019), dan Veronika (2021) terbukti bahwa keunikan produk dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian terdahulu maka keunikan produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

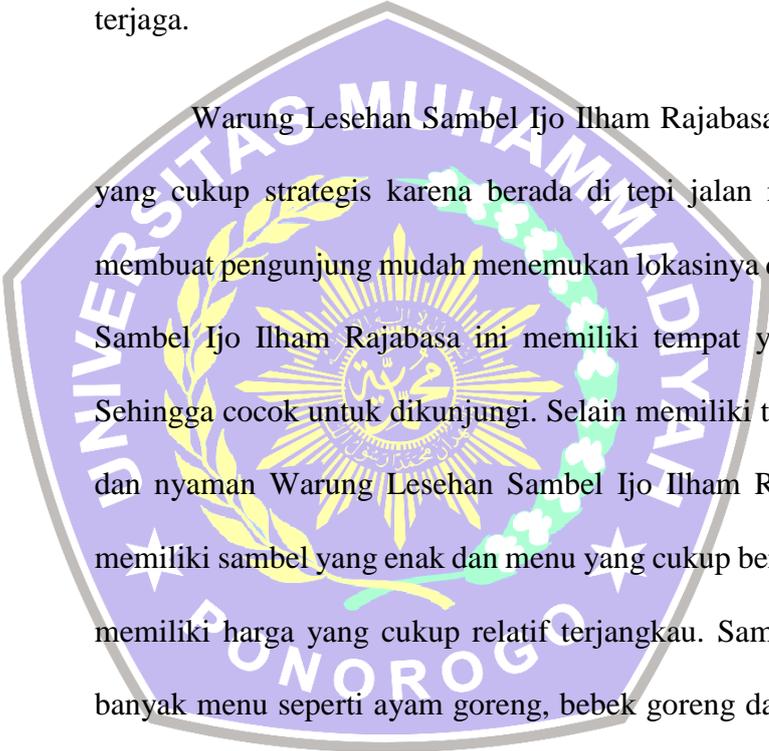
Kemudian yang perlu diperhatikan untuk konsumen menentukan keputusan pembelian yaitu dengan cita rasa. Cita rasa adalah suatu kebutuhan konsumen yang harus dibeli yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan bagi konsumen. Pengertian lain dari cita rasa itu sendiri adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa satu makanan dengan makanan yang lain. Cita rasa meliputi antara bau makanan, rasa, tekstur, suhu dan bentuk dari makanan tersebut. Untuk cita rasa sendiri memiliki kerjasama yang erat antara kelima macam indra manusia yaitu diantara lain indra perasa, pencium, perabaan, penglihatan dan pendengaran.

Cita rasa sangat berperan penting bagi rumah makan atau warung. Karena, rasa khas makanan dari tempat satu dengan yang lainnya pasti berbeda. Sehingga, akan menjadi ciri khas tersendiri bagi konsumen atau pelanggan. Pada saat ini banyak pengusaha yang mulai bermunculan di bidang kuliner, semakin banyak pengusaha atau pelaku bisnis yang terjun di bidang kuliner maka akan semakin ketat juga persaingannya. Selain cita rasa sangat berperan penting bagi rumah makan dan warung, kualitas rasa juga berperan penting bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan yang pastinya lebih mengutamakan pada cita rasa dari makanan tersebut. Sehingga pengusaha harus mampu bersaing akan menciptakan cita rasa yang khas disetiap makanan agar biar dikenal oleh masyarakat luas.

Seperti halnya di Ponorogo memiliki banyak rumah makanan atau warung yang banyak. Tetapi, mereka selalu membuat cara yang berbeda-beda agar konsumen biar memiliki daya tarik untuk datang ke tempat makan mereka. Meskipun kadang jualan mereka sama tetapi perihal kualitas rasa pasti berbeda. Seperti filsafat orang Ponorogo perihal “Beda Tangan Beda Rasa” sehingga tangan satu dengan tangan yang lainnya memiliki cita rasa yang berbeda. Inilah mengapa peneliti menggunakan cita rasa sebagai salah satu variabel didalam sebuah penelitian. Cita rasa memiliki peran penting bagi konsumen atau pengunjung dalam melakukan keputusan pembelian.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh antara cita rasa terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan Njoto (2016) juga

sesuai dengan Imantoro (2017) dan Resky (2021) terbukti bahwa cita rasa dapat berpengaruh keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu maka cita rasa dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Produk yang sudah dikenal luas maka harus dipertahankan untuk kualitas dari cita rasa agar tetap terjaga.



Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa ini memiliki lokasi yang cukup strategis karena berada di tepi jalan raya, sehingga akan membuat pengunjung mudah menemukan lokasinya dan Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa ini memiliki tempat yang cukup nyaman. Sehingga cocok untuk dikunjungi. Selain memiliki tempat yang strategis dan nyaman Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa ini terkenal memiliki sambel yang enak dan menu yang cukup bervariasi dan tentunya memiliki harga yang cukup relatif terjangkau. Sambel ijo ini memiliki banyak menu seperti ayam goreng, bebek goreng dan lele goreng. Yang bikin rame dari Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa ini adalah dari sambel ijonya yang berbeda dari yang lainnya.

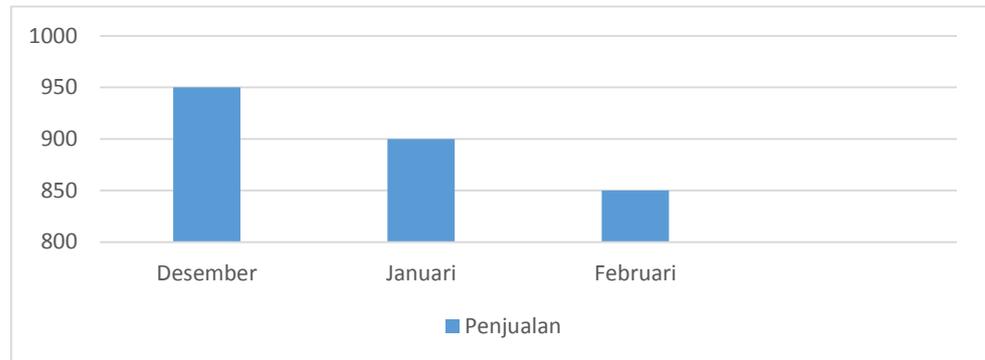
Sambel ijo kali ini yang bikin berbeda dari yang lainnya adalah menggunakan cabe rawit asli yang membuat pedasnya itu terasa. Biasanya warung makan yang lainnya atau bisa dicontohkan di sambel padang juga ada sambel ijo tapi sambel ijo tersebut terbuat dari cabe besar jadi pedasnya tidak terlalu terasa. Yang bikin berbeda lagi di Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa ini adalah untuk nasi, lauk, sambal dan juga lalapan bisa langsung ambil sendiri istilahnya prasmanan.

Menurut saya warung seperti ini belum pernah saya temui biasanya warung yang prasmanan itu cukup ambil nasi dan juga lalapan saja tidak dengan lauknya. Sehingga Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa bisa membuat penasaran bagi pengunjung dan ingin datang untuk mencoba.

Untuk pengunjung yang datang bebas memilih tempat duduk di kursi maupun lesehan selonjoran sembari santai. Meskipun nama dari warung ini lesehan tapi juga disediakan tempat duduk. Yang bikin unik lagi di Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa ini adalah ketika makan atau selesai makan pengunjung dibebaskan untuk selfi atau meminta tolong karyawan untuk memotret dan hasil dari foto tersebut kemudian langsung dicetak dan dipasang dalam figura kemudian di pajang di Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa tersebut. Sehingga dengan begitu diyakini bisa menarik lebih banyak lagi pengunjung yang datang.

Hasil observasi sementara yang peneliti lakukan, peneliti menemukan permasalahan terkait keputusan pembelian konsumen terhadap Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo. Permasalahannya adalah menurunnya penjualan di Warung tersebut. Dengan mencerminkan penurunan pembelian oleh konsumen. Berikut tabel penjualan di Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo:

Tabel 1.1 Data Penjualan Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo



Sumber : Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa

Terlihat dari warung yang sebelumnya rame dan banyak antrian kini semakin berkurang. Disebabkan oleh cita rasa makanan yang setiap harinya berubah-ubah, keunikan produk yang tidak ada peningkatan, dan keragaman menu yang cuma itu-itu saja setiap harinya.

Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari keragaman menu, keunikan produk dan cita rasa terhadap keputusan pembelian pada Warung Lesehan Sambel Ijo Rajabasa ilham di Sawoo Ponorogo. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Keputusan Pembelian dengan judul “Pengaruh Keragaman Menu, Keunikan Produk Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Keragaman Menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo?
2. Apakah Keunikan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo?
3. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo?
4. Apakah Keragaman Menu, Keunikan Produk dan Cita Rasa berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian:

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo.

3. Untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh Keragaman Menu, Keunikan Produk dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Lesehan Sambel Ijo Ilham Rajabasa di Sawoo Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian:

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari berbagai pihak, seperti penelitian yang akan datang maka dari permasalahan diatas untuk manfaat dari penelitian sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi dalam penjualan untuk meningkatkan keputusan pembelian dan minat beli terhadap produk mereka. Bisa juga sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dan masyarakat untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengembangan teori terkait keputusan pembelian. Sehingga penelitian ini dapat membantu pelaku usaha untuk lebih meningkatkan kinerja penjualan.

2. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan tentang bidang pemasaran mengenai dunia bisnis dalam berwirausaha yang

terpegaruh kepada keragaman menu, keunikan produk dan cita rasa. Sehingga dapat memberikan pelajaran bagi peneliti sebelum terjun ke dunia bisnis.

3. Bagi peneliti untuk masa depan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebuah referensi tambahan dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya untuk lebih meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

4. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo serta bisa dijadikan referensi khususnya di bidang Kewirausaha.



