BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan dunia usaha kuliner di Indonesia saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut produsen untuk lebih peka, kritis dan kreatif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi. Salah satu dampak dari pesatnya dunia usaha saat ini adalah pelaku usaha saling bersaing untuk mendapatkan pasar. Fenomena persaingan yang ada telah membuat para pengusaha menyadari suatu kebutuhan untuk mengeksploitasi sepenuhnya aset-aset mereka demi memaksimalkan kinerja perusahaan dan mengembangkan keuntungan kompetitif. Secara umum dapat dikatakan bahwa pemasaran sebagai pola pikir yang menyadari bahwa suatu perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian (Tjiptono, 2007: 11).

Perkembangan bisnis makanan atau kuliner saat ini bermula dari semakin cepatnya pola hidup masyarakat perkotaan, serta tingginya pendapatan yang diperoleh sehingga menuntut seseorang untuk mengefisienkan waktu yang mereka miliki karena kesibukan sehari-hari yang sangat padat sehingga sesampainya di rumah biasanya untuk sekedar memasak makanan saja sudah malas. Di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin hari semakin menjamur, namun dengan pola hidup yang modern saat ini permintaan terhadap makanan pun juga semakin berubah dan berkembang. Banyak permintaan akan makanan berkembang mulai dari variasi makanan itu sendiri dan tentunya rasa dari makanan tersebut. Kehidupan masyarakat yang modern ini tentunya menuntut perkembangan makanan itu sendiri, yang sudah pasti makanan yang higienis dan enak yang menjadi pilihan bagi banyak orang (Tjiptono, 2007: 11).

Ayam Swiwings adalah makanan dari Jember yang banyak dijual di resto area kampus Jember. Usaha pembuatan Ayam Swiwings ini juga bersaing antara produsen yang satu dengan yang lain. Persaingan yang terjadi mengakibatkan setiap perusahaan terus menerus untuk menawarkan produknya yang terbaik, entah itu dengan mengeluarkan produk baru atau hanya dengan mengembangkan produk yang sudah ada. Hal ini pun terjadi pada salah satu perusahaan yang sudah menjadi pemimpin pasar dikalangan minuman ringan yang meluncurkan produk Ayam Swiwings Jember. Dimana perusahaan ini hanya mengembangkan produknya dari yang sudah ada tanpa menghilangkan rasa khas Ayam Swiwings yang mereka punya dengan menambahkan rasa pedas yang bermacam-macam, sehingga menghasilkan produk baru karena cita rasa yang khas (Tjiptono, 2007:48).

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam

hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Peneliti menggunakan variabel keputusan pembelian ini karena studi tentang keputusan pembelian masih layak untuk diteliti mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli (Yulindo 2013). Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.

Variasi produk yang ditawarkan dipasaran, ini membuat konsumen harus lebih selektif dalam memilih suatu produk dengan merek apa yang paling mampu memenuhi kebutuhannya. Sehingga akan sampai pada tahap dimana seorang konsumen memilih untuk mengkonsumsi suatu produk tidak hanya berdasarkan fungsi dasarnya (*Primary Demand*) saja, tetapi hal ini berkembang menjadi keinginan sekunder (*Secondary Demand*) yaitu keinginan untuk mengkonsumsi suatu produk dengan merek tertentu yang dapat memenuhi kebutuhan paling baik (Tjiptono, 2007:114). Beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengemasan, pelabelan, dan garansi adalah Denny (2013), Rofiq (2013), Tikasari dan Rubiyanti (2014) dan Fibrianita (2015). Penelitian terkait pengaruh kualitas terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pernah dilakukan oleh Denny (2013). Peneliti mendapatkan hasil bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan produk yang berkualitas dan yang sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dapat dipenuhi melalui kualitas yang baik sehingga pelanggan akan membeli lagi lagi produk tersebut karena puas akan produk yang dibelinya.

Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (*taste buds*) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa (Balawera, 2013).

Penelitian terkait pengaruh pengemasan terhadap pembelian pernah dilakukan oleh Denny (2013), Tikasari dan Rubiyanti (2014) dan Fibrianita (2015). Peneliti tersebut mendapatkan hasil bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan kemasan produk yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dapat dipenuhi melalui kemasan produk yang baik sehingga pelanggan akan melanjutkan transaksi dengan perusahaan tersebut. Kabupaten Jember merupakan kota yang berkembang yang terletak di Propinsi Jawa Timur. Banyak pelaku bisnis yang tertarik untuk berinvestasi di Kabupaten Jember. Bisnis

kuliner yang dinilai memiliki potensi yang cukup baik membuat ketertarikan para investor dari Jember maupun luar Jember. Mengingat juga persaingan yang ketat akan bisnis kuliner di Kabupaten Jember membuat pelaku bisnis memutar otaknya untuk menerapkan strategi pemasaran guna memenangkan persaingan. Para pelaku bisnis memperhatikan banyak aspek untuk membuat produk yang dijual laku dan digemari oleh konsumen dari semua kalangan. Salah satu aspek yang diperhatikan oleh pelaku bisnis adalah aspek pengemasan produk guna menarik konsumen untuk melakukan pembelian (Deny, 2013).

Resto Ayam Swiwings yang ada di kabupaten Jember tepatnya di wilayah mastrib *square* yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat Jember. Pengemasan produk makanannya yang diduga memiliki daya tarik tersendiri sehingga membuat konsumen tertarik dan melakukan pembelian disana. Berikut ini adalah daftar pendapatan Ayam Swiwings dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1: Pendapatan Ayam Swiwings Jember 2018

No	Bulan	Pendapatan Kotor	Pengeluaran	Laba Bersih	Laba (%)
1	Januari	Rp 54.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 9.000.000,-	-
2	Februari	Rp 55.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 10.000.000,	11%
3	Maret	Rp 56.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 11.000.000,	16,5%
4	April	Rp 58.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 13.000.000,	22,5%
5	Mei	Rp 59.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 14.000.000,	26,5%
6	Juni	Rp 61.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 16.000.000,	32,5%
7	Juli	Rp 63.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 18.000.000,	38,5%
8	Agustus	Rp 64.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 19.000.000,	40,5%
9	September	Rp 65.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 20.000.000,	43,5%
10	Oktober	Rp 65.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 20.000.000,	-
11	November	Rp 66.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 21.000.000,	47,5%
12	Desember	Rp 67.000.000,-	Rp. 45.000.000,	Rp. 22.000.000,	54,5%

Sumber: Ayam Swiwings Jember 2018

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat pendapatan Ayam Swiwings Jember setiap bulan selama tahun 2018 terus mengalami peningkatan disetiap bulannya. Pada bulan Januari pendapatan bersih Ayam Swiwings sebesar Rp. 9.000.000,-, dan mengalami kenaikan disetiap bulannya hingga pada bulan Desember 2018 pendapatan Ayam Swiwings mencapai Rp. 22.000.000,-. Presentase laba dari bulan kebulan mulai dari bulan Januari hingga bulan Desember 2018 terus mengalami kenaikan di setiap bulannya, hal ini diduga karena faktor dimensi kemasan produk Ayam Swiwings yang mempengaruhi pembelian konsumen. Dimensi kemasan produk dan cita rasa yang diteliti diduga menjadi faktor penyebab keputusan pembelian konsumen pada produk Ayam Swiwings ini sehingga mempengaruhi laba atau keuntungan bersih dari Ayam Swiwings disetiap bulannya pada tahun 2018. Dimensi kemasan produk Ayam Swiwings terhadap keputusan pembelian konsumen menjadi faktor atau alasan yang diduga menjadikan pendapatan Ayam Swiwings terus mengalami peningkatan disetiap bulannya pada tahun 2018. Berdasarkan teori, data, dan fenomena diatas maka penulis membuat karya ilmiyah dengan menelaah

dimensi kemasan produk terhadap pembelian, karena setelah melakukan pertimbangan yang logis, penulis merasa bahwa masalah ini menarik untuk ditelaah lebih lanjut.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah dimensi kemasan produk yang terdiri dari desain kemasan, mutu kemasan, dan inovasi kemasan terhadap pembelian. Adapun pertanyaan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah desain berpengaruh terhadap pembelian Ayam Swiwings Jember ?
2. Apakah mutu berpengaruh terhadap pembelian Ayam Swiwings Jember ?
3. Apakah inovasi berpengaruh terhadap pembelian Ayam Swiwings Jember ?
4. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap pembelian Ayam Swiwings Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh desain berpengaruh terhadap pembelian Ayam Swiwings Jember.
2. Untuk menguji pengaruh mutu berpengaruh terhadap pembelian Ayam Swiwings Jember.
3. Untuk menguji pengaruh inovasi berpengaruh terhadap pembelian Ayam Swiwings Jember.
4. Untuk menguji pengaruh cita rasa berpengaruh terhadap pembelian Ayam Swiwings Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Ilmu Pengetahuan
   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran.
2. Bagi Perusahaan
   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi tentang pengaruh persepsi konsumen mengenai dimensi kemasan dan cita rasa terhadap pembelian konsumen.
3. Bagi Universitas
   Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan tambahan wacana ilmiah bagi Universitas Muhammadiyah Jember sebagai bahan acuan dan atau pertimbangan dalam penulisan karya ilmiah.
4. Bagi Peneliti
   Peneliti berharap dapat memberikan kontribusi terhadap kalangan akademis yang akan melakukan penelitian ini, serta menambah pengalaman, wawasan dan mengaplikasikan pengetahuan teori yang diperoleh selama study di Jurusan Manajemen (Pemasaran) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.