

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Saat ini konsumen begitu dimanjakan dengan berbagai produk yang dapat dipilih untuk memenuhi kebutuhan. Era produsen mengendalikan konsumen telah berlalu dan telah digantikan dengan era dimana konsumen memegang kendali. Konsumen yang mendikte produk apa yang seharusnya diproduksi oleh perusahaan. Perusahaan harus berfokus pada konsumen, konsumen adalah bagian terpenting dari perusahaan.

Melihat posisi dan potensi pasar Indonesia seperti diatas, maka para pemasar berkewajiban memahami konsumen, mengetahui apa yang dibutuhkan, apa seleranya, dan bagaimana cara konsumen berperilaku dan mengambil keputusan. Diharapkan dari pemahaman mendalam terhadap konsumen, maka perusahaan akan memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan agar mau membeli produk yang ditawarkan.

Era globalisasi memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi para pelaku usaha. Dampak positif dari globalisasi bagi dunia usaha adalah semakin luasnya peluang usaha diberbagai bidang, sedangkan dampak negatifnya adalah persaingan usaha yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, perusahaan berusaha menarik konsumen dengan berbagai macam upaya kreatif agar mampu merebut hati konsumen. Salah satunya termasuk bisnis *bakery* di Indonesia. Toko roti premium pun kini sudah menjamur di Indonesia (Kompas, 2017).

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Namun seiring perkembangan zaman dan perubahan trend yang meliputi perubahan budaya, selera, maupun peningkatan taraf ekonomi masyarakat, fungsi makanan berubah menjadi tidak sekedar sebagai kebutuhan pokok saja. Masyarakat tidak hanya menginginkan makanan yang mengenyangkan ataupun memenuhi kebutuhan gizi mereka, mereka menginginkan makanan yang mereka anggap “enak”. Kata “enak” sendiri memiliki artian luas karena didalamnya tidak hanya dipengaruhi oleh rasa makanan itu sendiri, tetapi juga penilaian subjektif dari individu yang memakan makanan tersebut.

Penilaian individu ini kemudian dipengaruhi oleh selera pribadi dan trend yang sedang berlaku di masyarakat, lifestyle, atau bahkan status sosial ekonomi dari individu yang bersangkutan. Jadi dapat kita lihat bahwa keputusan individu dalam memilih sebuah makanan untuk dimakan banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dirinya yang disebut trend. Makanan sendiri beragam jenisnya ada sarapan (*breakfast*), makan siang (*lunch*), makan malam (*dinner*), yang masing-masing dapat terdiri dari makanan pembuka (*appetizer*), makan utama (*main course*), dan makanan penutup (*dessert*). Disamping semua jenis makanan diatas, ada satu varian jenis makanan lagi yang dapat dimakan kapan saja tanpa aturan waktu tertentu yaitu : *snack* (makanan ringan) yang fungsinya sebagai camilan atau pengganjal rasa lapar.

Bertambahnya toko roti baru yang berada di wilayah Kota Palembang, baik itu toko roti untuk kalangan ekonomi atas, menengah, maupun bawah, akan

menambah tingkat persaingan di antara toko roti pada situasi perekonomian Indonesia pada saat ini.

Keadaan seperti ini bagi sebuah toko roti yang tidak kuat (baik manajemen maupun modal), akan merupakan suatu kekhawatiran, karena tidak mampu bersaing, sehingga dapat semakin menurun maupun sekedar dapat bertahan hidup. Sedangkan bagi toko roti yang lain, persaingan dijadikan pendorong untuk bekerja lebih efisien dan lebih kreatif, untuk mencapai tujuan seperti melakukan perbaikan baik pada manajemen, modal, pelayanan, penataan, fasilitas, penambahan produk selain roti, dan lain-lain.

Sebenarnya tantangan dari toko roti ini tidak hanya persaingan diantara mereka saja, tetapi juga ada kemungkinan kurangnya pemahaman mengenai perilaku konsumen, yaitu apa yang dicari konsumen, dan apa yang diharapkan oleh konsumen dari suatu produk, seperti harga, kemasan, citarasa, dan lain-lain. Pertanyaan ini merupakan masalah yang harus dijawab oleh pengusaha atau pemilik toko roti agar dapat mengetahui perilaku konsumen yang sesungguhnya. Hal ini penting karena sifat dari bisnis toko roti itu, di mana tidak saja menjual produk secara fisik, yaitu berbagai macam roti dan roti yang dihias (kue taart), tetapi juga nikmatnya cita rasa dan kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi roti tersebut.

Roti merupakan salah satu makanan yang sudah dikenal dan diminati oleh orang Indonesia. Roti tidak hanya disukai oleh kalangan balita dan anak - anak, akan tetapi kaum muda dan para orang tua. Sehingga mengkonsumsi roti juga telah menjadi salah satu trend modern terlebih bagi warga kota-kota besar.

Meningkatnya jumlah konsumsi roti di Indonesia kemudian dipandang sebagai peluang usaha yang menjanjikan

Industri roti ini melakukan proses produksi dengan mengolah tepung terigu, gula, telur, susu bubuk dan cair, mentega atau margarin, ragi roti dan garam menjadi produk dengan nilai tambah dan siap dikonsumsi dengan kandungan gizi yang baik. Kandungan gizi roti lebih unggul dibandingkan dengan nasi dan mi basah per 100 gram bahan zat gizi. Roti coklat lebih unggul untuk komposisi zat gizi energi, Kalsium, Fosfor, Besi dan Vitamin B1 daripada roti putih, nasi dan mie basah. Untuk protein dan karbohidrat lebih unggul roti putih dan untuk lemak dan air lebih unggul mie basah. Seiring dengan aktivitas yang semakin sibuk dan kesadaran masyarakat akan pentingnya makanan bergizi, maka roti merupakan pilihan makanan alternatif disegala kondisi waktu dan makan, salah satunya yaitu *bakery*.

Perkembangan bisnis *bakery* di Indonesia menjadi bagian penting yang harus diperhatikan oleh seorang produsen guna memenuhi kebutuhan konsumennya. Semakin banyak peluang menggiurkan dalam bisnis *bakery*, semakin banyak pemain *bakery* sehingga semakin tinggi pula persaingan dalam bisnis ini. Pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan konsumen *bakery* akan menjadi arah dalam membuat produk *bakery* memiliki nilai tinggi agar terus dibeli dan dicari, bahkan lokasi juga menjadi pertimbangan pelaku *bakery* untuk mengembangkan bisnisnya.

Semakin bertambah jumlah industri *bakery* di Palembang maka persaingan antara industri *bakery* semakin ketat sehingga masing-masing industri harus

mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen terhadap produk bakery. Menurut Setiadi (2012 : 28), penelitian mengenai perilaku konsumen sangat penting karena para pemasar dapat mengetahui apa yang konsumen inginkan dan yang tidak diinginkannya. Para pemasar dapat dengan mudah menilai kemauan para konsumen jika penelitian mengenai perilaku konsumen terlebih dahulu dilakukan. Di Indonesia khususnya di Palembang terdapat banyak bakery contohnya Breadtalk, J-co, Braserri, Roti Boy, Roti O, French Bakery dan lain sebagainya. Objek penelitian kali ini yang dilakukan peneliti pada beberapa *bakery* di Palembang *Trade Center* Mall (PTC) yaitu Breadtalk, J-co, dan Braserri.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Toko *Bakery* di Palembang Trade Center Mall (PTC)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat ditarik untuk penelitian ini adalah “Bagaimana perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian roti di toko *bakery* Palembang Trade Center Mall?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian roti di toko *bakery* Palembang Trade Center Mall.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

a. Praktisi

Sebagai salah satu bahan masukan bagi toko *bakery* yang terdapat di lingkungan Palembang Trade Center Mall.

b. Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran bagi peneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian

c. Universitas

Secara umum hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengetahui perilaku konsumen dan pengambilan keputusan konsumen serta secara khusus dapat menambah pemahaman dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya bagi mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini dibagi menjadi lima bagian, yaitu :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 dibahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan juga sistematika penulisan dalam penelitian ini.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

Pada bab 2 akan dibahas mengenai kajian pustaka yang akan menguraikan dasar teori perilaku konsumen dan keputusan pembelian, penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam melakukan penelitian ini, serta kerangka pemikiran.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab 3 akan dibahas mengenai pendekatan penelitian, lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta triangulasi data. .

BAB 4 PEMBAHASAN

Pada bab 4 akan dibahas mengenai gambaran umum toko *bakery* di PTC Mall, deskripsi data, dan analisis pembahasan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 5 akan menguraikan kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari penelitian ini dan juga memberikan saran-saran.

