

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Makanan khas atau makanan tradisional adalah wujud pencapaian estetika tentang bagaimana bangsa dalam rentang waktu sejarah tertentu yang terbangun dengan spirit dan cita rasa. Oleh sebab itu terdapat suatu ungkapan yang mengatakan bahwa sekali-kali jangan pernah mengatakan telah mengenal sebuah bangsa, jika belum mengenal makanan khas negara tersebut. Ungkapan ini berlaku bagi negeri manapun termasuk Indonesia.

Kekayaan Nusantara dalam bentuk makanan khas daerah dapat juga terlihat dari bisnis oleh-oleh di hampir semua kota-kota di Indonesia. Hal ini terjadi karena Indonesia mempunyai budaya yang mendukung kondisi tersebut. Yakni kebiasaan membawa “ buah tangan ” berupa makanan apabila berkunjung di suatu tempat. Apabila kita mengunjungi kota-kota di Indonesia, rata-rata mempunyai oleh-oleh yang khas di daerah itu, sehingga mempunyai potensi bisnis yang sangat besar.

Setiap daerah memiliki beragam potensi yang dapat dikembangkan. Dari perbedaan kebudayaan hingga makanan khas tiap-tiap daerah, mampu menciptakan berbagai peluang usaha yang cukup besar. Makanan khas daerah merupakan salah satu dari nilai budaya yang mengandung atau menunjukkan ekstensi nilai dari identitas diri suatu daerah tersebut. Sama halnya dengan makanan khas dari Indonesia. Makanan khas dari Pekanbaru juga memiliki nilai-nilai yang mengandung kearifan lokal daerah dan mesti dilestarikan sebagai generasi penerus daerah.

Bolu kemojo merupakan salah satu makanan khas pekanbaru riau, yang yang di populerkan kembali oleh dinawati pada tahun 1998. Sebelumnya, bolu hanya dibuat untuk keperluan khusus saja, tidak di jual secara komersial sebagai oleh-oleh. Atas jasa dinawatilah, kini telah bermunculan para pengusaha bolu kemojo.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan menurut para konsumen yang membeli, pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan tradisional (bolu kemojo) cukup banyak, diantaranya pengaruh produk, harga dan promosi Sehingga mampu memberikan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan baik.

CV Al- Mahdi memiliki produk utama yaitu bolu kemojo. Selain bolu kemojo, CV Al- Mahdi pekanbaru juga memiliki produk unggulan yang lainnya yaitu bolu cermai. Keunggulan produk produk bolu cermai ini adalah lebih tahan lama, yakni sekitar 1,5 bulan sedangkan bolu kemojo hanya 4 hari. Pihak Al- Mahdi pekanbaru selalu berupaya mencari inovasi untuk menyempurnakan berbagai jenis variasi rasa dari produk bolu kemojo tersebut.

Adapun jenis variasi rasa yang dimiliki oleh produk bolu kemojo Al- Mahdi Pekanbaru yaitu sebagai berikut :

1. Kemojo Pandan

2. Kemojo Jagung
3. Kemojo Durian
4. Kemojo Coklat
5. Kemojo Gula Merah
6. Kemojo Special

Pada mulanya kegiatan produksi bolu kemojo Al- Mahdi hanya dilakukan secara tradisional. Proses pembakarannya menggunakan arang dan dikerjakan non stop dari jam 6 pagi sampai jam 7 malam, hasilnya hanya dapat 10 buah bolu kemojo. Semakin lama usaha bolu kemojo Al- Mahdi semakin berkembang dan pesanan kian tambah setiap harinya. Hal ini membuatnya harus memilih metode kerja, dari tradisional (pakai arang) ke modern (pakai oven gas). Hasilnya pun jauh lebih banyak yaitu dengan waktu kerja yang relatif sama, maka bisa diperoleh sebanyak 500 buah bolu kemojo.

Adapun langkah- langkah proses produksi atau pembuatan bolu kemojo Al- Mahdi yaitu sebagai berikut :

1. Pra Produksi
 - a. Penyiapan Bahan Baku
 - 1) Tepung
 - 1) Gula

- 2) Telor
- 3) Air Pandan
- 4) Santan

b. Proses Pengadonan

1) Aduk gula dan santan ditambah dengan air pandan sampai gula hancur dan menyatu.

- 2) Masukkan telur yang sudah dicampur dengan mixer.
- 3) Masukkan tepung dan aduk hingga semua bahan menyatu.
- 4) Saring lah adonan tersebut.

c. Pembakaran

- 1) Siapkan oven yang siap dipanaskan sekitar 200-250° C.
- 2) Masukkan adonan kedalam cetakan atau loyang.
- 3) Masukkan loyang kedalam oven \pm 1 jam.
- 4) Kemojo siap diangkat dan dihidangkan.

Salah satu strategi yang berperan penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk adalah kebijakan harga. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa. Penetapan harga yang tepat dan sesuai dengan target konsumen yang dituju akan dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan dan dapat bersaing dengan produk lainnya yang sejenis.

Kebijakan penetapan harga didalam pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan- kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelngsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Melalui penetapan harga yang sesuai (tepat)

maka sebuah perusahaan akan mendapatkan hasil, dan dari hasil inilah perusahaan mendapat laba. Oleh karena itu, penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen merupakan aspek yang dianggap penting bagi perusahaan.

CV Al- Mahdi menjual produk kemojo dengan harga yang bervariasi dan tergantung dari jenis rasa bolu kemojo tersebut. Adapun harga jual bolu kemojo Al- Mahdi untuk setiap jenis rasa yaitu sebagai berikut :

- 1) Kemojo Rasa Pandan Sebesar Rp 15.000
- 2) Kemojo Rasa Jagung Sebesar Rp 15.000
- 3) Kemojo Rasa Durian Sebesar Rp 15.000
- 4) Kemojo Rasa Coklat Sebesar Rp 25.000
- 5) Kemojo rasa Gula merah Sebesar Rp 25.000
- 6) Kemojo Rasa Spesial Sebesar Rp 25.000

Promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kedua kegiatan dalam bauran pemasaran. Baik produk dan harga. Jadi kegiatan promosi adalah aspek penting yang harus dilakukan dibidang pemasaran suatu produk. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk tersebut. Disamping itu pemasaran dapat mengetahui siapa yang membutuhkan dan menggunakan produk tersebut yang digunakan untuk dijadikan sebagai dasar penentuan target atau sasaran pasarnya. Adapun tujuan kegiatan promosi adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi selengkapnya kepada calon pembeli tentang barang yang ditawarkan.

b. Membujuk calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

c. Mengingatkan konsumen pada produk tertentu dengan harga tertentu dan dijual ditempat tertentu pula.

Produk bolu kemojo Al-Mahdi pada mulanya yang ada hanya rasa pandan, dan sekarang sudah ada sekitar 15 jenis rasa bolu kemojo seperti rasa durian, jagung, pandan, coklat, wijen, netral, dan lain sebagainya. Dengan adanya berbagai jenis variasi rasa bolu kemojo tersebut maka konsumen akan memiliki banyak pilihan yang sesuai dengan minat dan kesukaannya. CV Al-Mahdi Pekanbaru mempunyai moto usaha yaitu : tak lengkap kunjungan anda kepekanbaru tanpa bolu kemojo Al-Mahdi. Hal ini karena bolu ini memiliki cita rasa yang kuat dan sebuah tanda khas orang melayu. Bolu kemojo ini pun sudah menjadi makanan suguhan yang berkembang didalam berbagai kegiatan efent terutama Hut Propinsi Riau ataupun upacara menyambut hari besar agama islam.

Alasan saya memilih penelitian di gerai bolu kemojo Al- Mahdi selain cita rasanya yang enak dan harga nya terjangkau, bolu kemojo Al- Mahdi adalah yang pertama kali membuat bolu kemojo di pekanbaru pada tahun 1998 hingga sekarang.

Tabel 1.1

Data penjualan bolu kemojo Al - Mahdi Periode Agustus - Desember 2017

(Dalam Kotak)

N o	Bolu Kemojo	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Jumlah

1.	Rasa Pandan	850	650	967	1.030	870	4.367
2.	Rasa Jagung	420	500	415	515	370	2.220
3.	Rasa Durian	510	450	600	745	860	3.165
4.	Rasa Coklat	800	913	760	870	910	4.253
5.	Rasa Gula Merah	760	660	822	1.090	1.278	4.610
6.	Rasa Spesial	1.300	950	980	1.600	1.464	6.294
	Total Penjualan	Rp 4.640	Rp 4.123	Rp 4.544	Rp 5.850	Rp 5.752	Rp 24.909

Sumber : data dari bolu kemojo Al- Mahdi

Dari data di tabel 1.1 tersebut bahwa setiap bulannya konsumen yang membeli bolu kemojo selalu mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak menentu, hanya saja pada bulan- bulan tertentu mengalami kenaikan yang sangat besar pada pembelian bolu kemojo rasa spesial yaitu pada bulan November 2017 yaitu sebesar 1600 kotak. Yang paling banyak diminati konsumen adalah bolu kemojo rasa spesial karena selain rasanya enak harganya pun cukup terjangkau. Dan bolu kemojo rasa pandan, rasa durian, rasa coklat dan rasa gula merah ada yang mengalami peningkatan dan ada yg mengalami penurunan. Dan rasa pandan mengalami peningkatan penjualan pada bulan november yaitu sebesar 1.030 kotak. Dan rasa jagung mengalami penurunan pada bulan desember sebesar 370 kotak. Rasa Durian juga ada peningkatan dan penurunannya bulan september mengalami penurunan sebesar 450 kotak dan bulan berikutnya mengalami kenaikan dan tidak ada penurunan lagi. Rasa Coklat juga sama ada yang meningkat ada

yang menurun, peningkatan pada bulan september yaitu sebesar 913 kotak. Rasa Gula Merah mengalami peningkatan pada bulan desember sebesar 1.278 kotak. Dan Rasa Spesial juga mengalami peningkatan yang drastis pada bulan november yaitu sebesar 1.600 kotak. Selain enak , bolu kemojo cukup mudah di temukan. Gerai oleh- oleh yang bertebaran di kota pekanbaru selalu menyediakan bolu lezat berbentuk bunga kamboja ini. Salah satu tempat favorit untuk berburu bolu kemojo adalah gerai Al- Mahdi yang berlokasi di jalan rajawali, No 50 A, sukajadi.

Bagi warga kota pekanbaru, bolu kemojo Al- Mahdi ini sudah tidak asing lagi. Bolu kemojo ini sudah hadir sejak 15 tahun yang lalu. Gerai bolu kemojo Al- Mahdi ini di miliki oleh pengembang bolu kemojo di Riau.

Tabel 1.2**Jumlah Konsumen Yang Berbelanja di Gerai Kemojo Al - Mahdi**

NO	Bulan	Jumlah
1.	Agustus	3.120
2.	September	2.376
3.	Oktober	3.412
4.	November	4.678
5.	Desember	4.089
Total		17.675 orang

Sumber: data konsumen yang berbelanja di bolu kemojo Al- Mahdi

Jumlah konsumen yang berbelanja pada bulan agustus sebanyak 3.120 orang. Jumlah konsumen setiap bulannya ada yang meningkat ada juga penurunan. Bulan september mengalami penurunan sebesar 2.376, bulan oktober dan november mengalami peningkatan sebesar 3.412 dan bulan november 4.678 dan desember kembali menurun sebanyak 4.089. jumlah ari keseluruhan pengunjung yang datang dari bulan agustus- desember sebanyak 17.675 orang.

Dari uraian latar belakang masalah yang dikemukakan maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “ **pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di gerai bolu kemojo Al- Mahdi di pekanbaru** ”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di uraikan sebelumnya, bahwa perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di gerai bolu kemojo al- mahdi di pekanbaru”.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di gerai bolu kemojo al- mahdi di pekanbaru.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, merupakan suatu kesempatan bagi penulis untuk untuk menerapkan teori- teori dan literatur yang penulis peroleh dari bangku kuliah, kemudian memperluas wawasan penulis tentang perilaku konsumen khususnya perilaku konsumen pada sektor jasa usaha kecil.

2. Bagi CV Al- Mahdi sebagai bahan masukan dan pertimbangan lebih lanjut dalam mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian bolu kemojo di masa yang akan datang.

3. Bagi pihak lain, sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian pada masa yang akan datang.

1.4. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penelitian.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang berhubungan dengan penulisan ini yaitu teori produk, harga dan promosi keputusan pembelian di gerai kemojo Al- Mahdi, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang lokasi dan objek penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan profil perusahaan, struktur organisasi serta ruang lingkup kegiatan usaha.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil- hasil penelitian yang meliputi produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di gerai bolu kemojo Al- Mahdi di pekanbaru.

BAB VI PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang mengemukakan kesimpulan dan saran dari penelitian.