

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini Indonesia selalu memperluas pasar produk dan di sisi lain keadaan tersebut akan memunculkan persaingan. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin lebih maju dituntut untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang mengarah kepada tindakan yang efisiensi. Dimana kegiatan yang efisiensi sangat berpengaruh untuk menekan biaya, yang bertujuan agar konsumen mampu memilih keinginannya dari produk dan jasa yang dihasilkan. Maka hal ini menuntut pembisnis harus lebih meningkatkan daya saing.

Dalam meningkatkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk dan jasa yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang berkembang dan berubah ubah (Kotler,2000:34).

Pengusaha yang pintar harus dapat mempertahankan kualitas produk, menetapkan harga, mengadakan promosi dengan efektif dan harus dapat memahami serta memperhatikan setiap kebutuhan konsumen. Pada pengusaha terus melakukan inovasi-inovasi terbaru agar dapat mempertahankan kualitas produk atau jasa sehingga menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang tepat sehingga tertarik dan akan membelinya. Apabila suatu produk tersebut berada pada tingkat kualitas produk yang baik disegi ukuran, merek, kemasan dan sesuai dengan keinginan konsumen maka hal itu sangat berpengaruh terhadap tingginya minat beli konsumen.

Dari perilaku dan pola pikir masyarakat yang sudah maju, menjadikan tantangan tersendiri bagi para wirausaha profesional untuk dapat cepat tanggap dalam menerima setiap perusahaan yang ada, guna mendapatkan peluang agar bisnis yang mereka jalani lancar. Mereka juga harus memiliki rutinitas yang tinggi dan bekerja diluar rumah, membuat mereka lebih cenderung menggunakan jasa dari pihak lain, salah satu usaha jasa yang sudah banyak di kota Pekanbaru adalah usaha catering. Salah satu bidang usaha yang sedang berkembang di kota Pekanbaru ialah jasa penyediaan catering. Istilah catering merupakan istilah khusus yang digunakan untuk bisnis yang menawarkan jasa dan penyedia makanan dan minuman dalam jumlah banyak. Jasa katering Menurut Kasmir, Pemasaran, (Jakarta:Kencana,2005), biasanya banyak diperuntukkan dalam berbagai acara besar, antara lain perkawinan, pesta, atau sekedar arisan keluarga. Menurut peraturan Menkes No. 712/1986 Katering (jasa boga) adalah perusahaan atau perorangan yang melakukan kegiatan pengelolaan makanan yang disajikan di luar tempat usaha atas dasar pesanan dengan tetap memperhatikan tingkat penyehatan makanan. Pada saat konsumen akan memilih jasa catering mereka juga dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah faktor bauran pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan jasa catering tersebut.

CV Tri Jaya Catering pada Kota Pekanbaru melakukan salah satu elemen penunjang dalam satu acara pesta. Catering merupakan salah satu alternatifnya, karena itu CV Tri Jaya Catering juga menyediakan berbagai produk pendukung lainnya misalnya menyediakan layanan makanan untuk pesta pernikahan, industrial, grand opening, lounching, meeting, resepsi, syukuran, ulang tahun, catering karyawan, dan berbagai macam acara sesuai dengan permintaan konsumen. CV Tri

Jaya Catering tidak hanya menyediakan masakan yang berbau tradisional, namun juga menyediakan masakan yang bertaraf internasional dan juga dapat disajikan dengan berbagai bentuk dan variasi yang sangat menarik.

Tabel 1.1

Aneka makanan pengisi acara yang disediakan CV Tri Jaya Catering Pekanbaru

No	Jenis Item Makanan (Porsi)	Harga
1	Martabak Mesir	Rp. 12.000
2	Sate Padang	Rp. 12.000
3	Sate Ayam	Rp. 12.000
4	Sate Kambing	Rp. 15.000
5	Bakso	Rp. 12.000
6	Mie Ayam	Rp. 12.000
7	Siomay	Rp. 12.000
8	Empek-empek Palembang	Rp. 15.000
9	Lontong Sayur	Rp. 15.000
10	Lontong Medan	Rp. 15.000
11	Lontong Lengkap	Rp. 22.500
12	Roti Jala Kari	Rp. 12.000
13	Aneka Puding	Rp. 7.000
14	Aneka Salad	Rp. 15.000
15	Aneka Bubur	Rp. 15.000

Sumber : Data CV Tri Jaya Catering, 2018

Tabel 1.2

Jumlah Pemesanan CV Tri Jaya Catering tahun 2017

No	Bulan	Banyak konsumen yang mesan di CV Tri jaya Catering	Banyak porsi yang mesan di CV Tri Jaya Catering
1	Januari	25 Orang	9.500 Porsi
2	Febuari	34 Orang	14.300 Porsi
3	Maret	38 Orang	15.100 Porsi
4	April	40 Orang	16.400 Porsi
5	Mei	44 Orang	17.800 Porsi
6	Juni	8 Orang	1.600 Porsi
7	Juli	53 Orang	24.100 Porsi
8	Agustus	56 Orang	28.700 Porsi
9	September	64 Orang	33.000 Porsi
10	Oktober	67 Orang	36.000 Porsi
11	November	74 Orang	39.800 Porsi
12	Desember	80 Orang	42.500 Porsi
Total		583 Orang	278.800 Porsi

Sumber: Data CV Tri jaya Catering, 2017

Pada tabel diatas dapat dilihat tiap bulannya baik, banyak konsumen maupun banyak orderan yang mesan pada CV Tri jaya Catering. Konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas suatu produk, maka mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Setiap perusahaan berlomba-lomba ingin menjadi yang terbaik dalam memasarkan produk makanan yang berkualitas, maka tugas para manajer pemasaran menyediakan promosi. Promosi yang mereka jalankan adalah memberikan pelanggan target tentang ketersediaan produk yang tepat pada tempat yang tepat dan harga yang

tepat pula. CV Tri Jaya Catering memberikan promosi paketan menu dan membuat sebuah pilihan agar memudahkan konsumen dalam memilih, dilihat dari gambar berikut ini:

Gambar 1.1

Menu Paketan CV Tri Jaya Catering

<p><i>Paket Croissant</i></p> <p>Nasi putih</p> <p>Olahan daging/ikan/ayam</p> <p>Olahan daging/ikan/ayam</p> <p>Aneka sayur aneka sambal</p> <p>Kerupuk,buah,Air mineral</p> <p>Bonus</p> <p>-minuman dingin 50% ,serabi kuah durian 25%</p> <p>Price : 28, 500.</p>	<p><i>Paket Hemat</i></p> <p>Nasi putih ,Olahan ayam/ikan,Aneka sayur,Aneka sambalKerupuk,buah, Air mineral</p> <p>Price : Rp18.000,-</p> <hr/> <p><i>Paket Mahonea</i></p> <p>Nasi putih,Olahan daging/ikan/ayam, Lauk ringan,Aneka sayur, Kerupuk,buah,Air mineral</p> <p>Price: Rp22.500,-</p>
--	---

Sumber: Data CV Tri Jaya Catering, 2017

Dengan demikian dapat di lihat bahwa produk dan jasa pada CV Tri Jaya Catering memiliki peranan penting dalam mempertahankan konsumen. Bahkan hal ini juga dapat meningkatkan keuntungan tersendiri bagi perusahaan, dan untuk mendapatkan pelanggan yang baru. Karena pelanggan yang puas atas produk atau jasa yang mereka rasakan cenderung akan menceritakan pengalaman mereka kembali atas produk dan jasa, kepada rekan ataupun keluarganya. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis berminat untuk mengambil judul “**Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV Tri Jaya Catering**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: *“apakah produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV Tri Jaya Catering”*.

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan produk, harga, dan promosi pada CV Tri Jaya Catering Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen CV pada Tri jaya Catering Pekanbaru.
3. Untuk menganalisis apakah produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV Tri jaya Catering Pekanbaru.

1.3.2 Manfaat penelitian

1. Bagi peneliti

Bagi peneliti dapat mengaplikasikan ilmu pemasaran sehingga memberikan manfaat tentang catering dan serta dapat membuka peluang bisnis. Penelitian ini bisa dijadikan salah satu sumber.

2. Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan yang berarti bagi pebisnis catering.

3. Bagi penelitian lain

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa lainnya yang melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama dimasa yang akan datang.

1.4 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

2. BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Menguraikan mengenai dasar dan teori-teori terdahulu, dilengkapi dengan hasil penelitian terdahulu, kerangka penelitian, serta hipotesis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang lokasi penelitian, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan, serta teknik pengumpulan data.

4. BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisi mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta aktivitas perusahaan.

5. BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif variabel penelitian, pengaruh variabel bebas terhadap keputusan pembelian, pengujian hipotesis, serta pembahasan.

6. BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran.