

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis pastinya tidak dapat dihindari, dengan semakin ketatnya persaingan di dalam dunia bisnis karena semakin banyaknya usaha baru atau kompetitor di bidang yang sama mendorong perusahaan harus mampu menerapkan berbagai strategi. seperti persaingan harga, dengan menu yang sama akan tetapi dengan harga yang sedikit berbeda dan strategi lainnya untuk dapat menarik minat daya beli pelanggan dan dapat bertahan di dalam era tersebut.

Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang yang sama yaitu kuliner yang berbasis resto perusahaan harus mencari tahu faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan dan kepuasan konsumen, dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan jika dibandingkan dengan produk atau jasa yang dihasilkan dari perusahaan pesaing, yang nantinya berdampak pada perusahaan yang tidak akan kalah dengan pesaing dan memperoleh keuntungan yang diinginkan.

Kuliner adalah salah satu produk yang banyak digemari dan diminati oleh konsumen dari berbagai kalangan dan usia, dan kuliner mampu bersaing didalam era globalisasi seperti saat ini. Di dalam sektor kuliner ini telah mampu menjadi penopang bagi pertumbuhan ekonomi secara mikro dikarenakan dengan era seperti saat ini masyarakat lebih memilih untuk

membeli makanan di warung ataupun resto ketimbang memasak sendiri, oleh karena itu pelaku ekonomi ataupun bisnis harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin konsumtif, sektor kuliner ini selalu berkaitan dengan dengan rumah makan (Resto). Resto sendiri merupakan pilihan tempat yang menyediakan berbagai menu masakan seperti makanan Chinese, seafood, makanan lokal dan lain sebagainya.

Tingkat persaingan yang tinggi di bidang produk kuliner dibuktikan dengan banyaknya usaha baru atau kompetitor yang bergerak dibidang yang sama yaitu rumah makan (resto) menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan, sehingga menuntut pihak rumah makan (resto) untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat daya tarik konsumen untuk kembali datang serta menerapkan harga yang bersaing untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang datang kembali.

Harga yang mahal juga menjadi kendala dalam upaya menciptakan keputusan pembelian yang tinggi. Jika harga yang di tawarkan oleh Waroeng Mak Nyak lebih mahal jika dibandingkan dengan rumah makan setara lainnya, maka konsumen akan berpikir kembali untuk melakukan pembelian pada Waroeng Mak Nyak, yang dapat mengakibatkan rumah makan Waroeng Mak Nyak akan kehilangan pelanggan karena beralih pada rumah makan setara lain yang menawarkan harga menu makanan yang lebih murah. Jika hal ini terjadi, maka keputusan pembelian dapat menjadi rendah.

Rumah makan Waroeng Mak Nyak memiliki harapan yaitu keputusan pembelian yang tinggi. Keputusan pembelian yang tinggi akan menjadikan

makanan yang dijual rumah makan Waroeng Mak Nyak cepat terjual. Dengan adanya keputusan pembelian yang tinggi tentu saja akan dapat meningkatkan volume penjualan, sehingga keuntungan perusahaan ikut meningkat dan bisnis kedepan akan lancar. Namun pada kenyataannya, keputusan pembelian pada rumah makan Waoreng Mak Nyak rendah, dikarenakan jumlah penjualan pada setiap tahunnya yang fluktuatif dan tidak bisa mencapai target penjualan yang sudah ditentukan. Dengan demikian jelas dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Dari latar belakang tersebut diatas maka penulis tertarik mengambil variabel harga untuk diteliti dan variabel volume penjualan, variabel tersebut diambil karena menyesuaikan keadaan yang terjadi di Waroeng Mak Nyak Mblitar

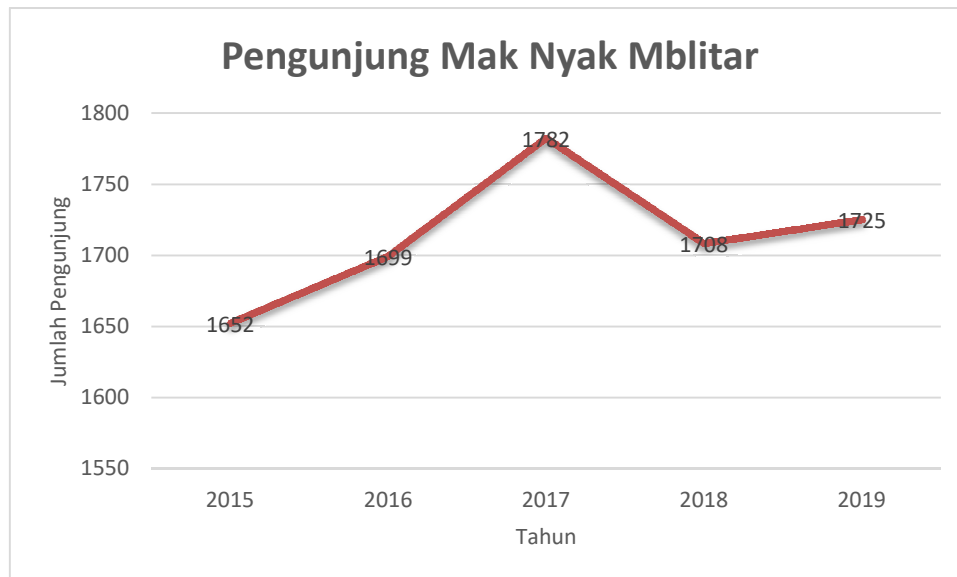
Maka dari itu penulis mengambil judul “Analisis Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Waroeng Mak Nyak Mblitar”.

## **B. Permasalahan**

Di salah satu rumah makan (resto) yaitu Waroeng Mak Nyak Mblitar yang berada di kota Blitar, di butuhkan harga yang lebih murah sehingga menarik konsumen. Sehingga konsumen akan tertarik dan datang kembali, sehingga berpotensi meningkatkan volume penjualan.

Tabel 1.1

## Diagram Data Pengunjung 2015 sampai dengan 2019



Sumber : Waroeng Mak Nyak Mblitar, 2019

Keterangan :

1. Pada tahun 2015 sd tahun 2019 terjadi dinamika peningkatan dan penurunan pengunjung hal ini disebabkan karena adanya dinamika kehidupan dan perekonomian Kota Blitar selama tahun tersebut, diakui masih belum ada konsistensi peningkatan dalam kunjungan setiap tahunnya.
2. Pada tahun 2015 sd. Tahun 2017 terjadi peningkatan kunjungan oleh konsumen namun pada tahun berikutnya yaitu tahun 2018 terjadi penurunan kunjungan, penurunan pada tahun 2018 harus dievaluasi dan dicermati secara teliti sehingga mampu meningkat lagi dan tidak akan mengalami penurunan secara terus menerus, yang kalau dibiarkan akan berakibat kurang baik bagi kelangsungan hidup perusahaan.

3. Kenaikan pengunjung di tahun 2019 meskipun meningkat, akan tetapi masih belum mampu meningkat secara optimal karena pada tahun 2017 pernah mengalami peningkatan yang cukup tinggi, oleh karena itu bisa banyak hal yang masih harus diperbaiki sehingga mampu meningkatkan kunjungan melebihi tahun 2017 dimana mampu meningkat secara tajam.

Di waroeng mak nyak mblitar bisa dilihat hanya pada saat tertentu atau hari besar dan hari libur saja banyak pengunjung yang datang sedangkan hari biasa terlihat sepi, data tersebut di dapat dari jumlah nota yang masuk di waroeng mak nyak mblitar. Apabila hal ini terus terjadi maka kemungkinan jumlah pengunjung akan terus menurun dan bisa menyebabkan perusahaan mengalami kebangkrutan.

**Tabel 1.2**

**Perbandingan Harga di Waroeng Mak Nyak Mblitar dengan Pesaing**

<b>Menu</b>	<b>Mak Nyak</b>	<b>Resto A</b>	<b>Resto B</b>	<b>Resto C</b>
Nasi Goreng	22500	22000	18500	24000
Mie Goreng	22500	22000	18500	29000
Ayam Goreng	17500	16000	22000	38000
Gurami Bakar	72000	57000	12900/ons	55000
Gurami Goreng	72000	57000	12900/ons	55000
Gurami Asam Manis	72000	59000	12900/ons	57000
Udang Goreng Tepung	30000	35000	35000	49000
Udang Asam Manis	30000	39500	35000	49000

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah bagaimana menganalisis harga guna meningkatkan volume penjualan di Waroeng Mak Nyak Mblitar?

### **D. Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis harga guna meningkatkan volume penjualan di Waroeng Mak Nyak Mblitar.

### **E. Kegunaan penelitian**

#### 1. Bagi Waroeng Mak Nyak Mblitar

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang Manajemen Pemasaran pada perusahaan rumah makan Waroeng Mak Nyak Mblitar dan juga dapat digunakan untuk bahan masukan bagi perusahaan dalam memasarkan produk perusahaan Waroeng Mak Nyak Mblitar.

#### 2. Bagi Penulis

Diharapkan dengan penelitian ini penulis dapat menerapkan sistem manajemen pemasaran perusahaan apabila sudah berada di dunia kerja.

#### 3. Bagi Akademisi

Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara (STIEKEN) Blitar, yang membaca proposal ini, dan untuk peneliti selanjutnya. Agar dapat

menambah pengetahuan sesuai topic dan sebagai sumbangan pemikiran pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi acuan dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang dilakukan.