

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Profesi berdagang sudah menjadi salah satu pekerjaan pilihan sejak dahulu karena adanya peluang lebih untuk mendapatkan keuntungan dalam berdagang. Pekerjaan ini tidak luput dari para pedagang yang memiliki strategi dalam pemasaran produk dagangan mereka, tentunya mereka memiliki strateginya masing-masing. Strategi pemasaran adalah tindakan proses-proses yang dilakukan perusahaan untuk mengenalkan produk mereka kepada masyarakat luas yang jika tepat maka akan mendorong konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian produk mereka. Setiap bisnis harus menawarkan sesuatu kepada pelanggannya. Sesuatu yang menjadi alasan penting mengapa pelanggan harus melirik mereka, memilih mereka, dan merekomendasikan mereka kepada kerabat agar merasakan produk itu juga. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen dan menarik mereka untuk menjadi pelanggan, sudah pasti perusahaan menggunakan strategi pemasaran. Tentunya diawali mereka harus membuat produk sesuai dengan lidah atau kesukaan konsumen yang ada baiknya para pedagang harus pintar membuat produk yang tidak mudah disaingi dengan rasa khas, memutuskan harga jual produk yang tepat sesuai target pasar, menjual produk di beberapa tempat yang mudah dijangkau target

konsumennya, kemudian melakukan promosi agar menarik minat pembeli, untuk memberikan pelayanan yang baik pada semua konsumen, menghadirkan produk dengan kemasan yang tepat sesuai dengan produk yang dijual serta mendesainnya dengan desain yang membuat konsumen tertarik untuk melihatnya yang kemudian akan mengundang konsumen untuk memutuskan membeli disesuaikan dengan tujuan promosi, lalu proses yang didalam proses pembuatan perusahaan harus memperhatikan mulai dari bahan pilihan berkualitas kemudian teliti pula kebersihannya dalam proses pembuatan. Salah satu profesi banyak dijalani saat ini adalah berdagang makanan atau kuliner. Berbicara tentang kuliner, pasti tidak jauh-jauh dari makanan dengan rasa yang pedas yaitu sambal. Sambal hadir dengan berbagai macam jenis, ini menjadikan sambal sebagai kuliner pelengkap tambahan yang digandrungi masyarakat Indonesia karena sensasi pedasnya bahkan menjadi penggugah selera. Seperti sebuah tradisi, pada wilayah tertentu masyarakatnya bervariasi menciptakan sambal khas daerah mereka kemudian memadu madankan sambal tersebut pada makanan yang hendak mereka konsumsi. Salah satu dari beragam jenis sambal ialah sambal pecel, di berbagai daerah sambal pecel dibuat sebagai bumbu pelengkap untuk makanan pecel itu sendiri. Di Blitar, Jawa Timur, terdapat salah satu merk produk bernama Sambal Pecel Karunia, produk tersebut cenderung dinikmati untuk bumbu pelengkap sayur yang sudah direbus lalu dituang sambal pecel yang sudah dicampur

dengan air supaya sedikit cair karena sambal ini awalnya berbentuk padat sebelum ditambah dengan air, namun bagi beberapa orang, menikmati sambal pecel tanpa dicairkan dulu dengan air juga sudah enak.

Strategi pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bisnis yang dirancang untuk menentukan rancangan produk, harga, promosi, distribusi produk, sumber daya, dan konsep penjualan. Pemasaran merupakan cara dimana pedagang dapat mempengaruhi para konsumen. Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting karena pemasaran mempunyai kedudukan sebagai perantara antara produsen dan konsumen dalam melakukan transaksi penjualan dan bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam dunia perdagangan apabila suatu perusahaan tidak mampu menyusun strategi bisnis dan pemasaran yang tepat maka akan mengalami kekalahan bersaing yang dimana strategi pemasaran merupakan salah satu hal pokok yang dilakukan oleh para pedagang untuk mempertahankan, berkembang, dan memperoleh keuntungan. Strategi pemasaran memiliki istilah *marketing mix*. Strategi terdiri dari 7P, yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*.

Pada dasarnya, *marketing mix* atau bauran pemasaran adalah sekumpulan variabel pemasaran terdiri dari 7P yang bertujuan memasarkan dan mencapai target yang tepat. Neil Borden, yang merupakan Profesor Marketing Harvard pada tahun 1948, adalah

orang yang pertama kali mencetuskan istilah ini. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran ini merupakan strategi pemasaran yang dilaksanakan secara terintegrasi untuk mencapai target pemasaran. Dengan menerapkan poin-poin didalamnya diharapkan perusahaan dapat menghasilkan respon yang diinginkan di pasar. Jika konsisten menerapkan strategi ini dengan baik maka besar kemungkinan tujuan penjualan akan tercapai. 7P tentang langkah-langkah dan strategi yang digunakan merek atau produk. Pemasaran inilah yang biasa diolah oleh perusahaan agar dapat menjadi suatu kunci atau keunggulan dari perusahaan tersebut agar dapat memasuki persaingan dipasar. Karena beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk seperti bagaimana produk itu sendiri, harga, tempat, promosi, orang, tampilan kemasan, dan prosesnya. Berdagang makanan merupakan salah satu jenis peluang yang sangat menggiurkan untuk dijalankan. Oleh karena itu para pelaku bisnis kuliner berlomba menyajikan produk yang enak untuk dapat dinikmati konsumen agar puas. Rasa enak saja tidak cukup untuk bisnis dapat bertahan lama, dibutuhkan strategi penjualan agar dapat bertahan lama dipasar.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen akan jadi membeli suatu produk. Konsumen membeli apa yang mereka mau. Dihadapkan beberapa pilihan sebelum akhirnya benar-benar yakin memilih apa yang ingin dimiliki. Konsumen akan membeli sebuah

produk yang dipromosikan sesuai kebutuhan konsumen. Promosi adalah cara megkomunikasikan barang atau produk yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Selanjutnya konsumen akan mencari informasi mengenai kebutuhan yang diinginkan dengan membandingkan produk dari berbagai merek. Setelah mendapatkan informasi yang diinginkan dan diharapkan konsumen akan memutuskan produk yang akan konsumen beli sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, pada akhir setelah pembelian konsumen akan mengevaluasi kembali produk yang sudah dibeli. Setiap hari kita tidak bisa tanpa makanan, karena makanan adalah keputuhan pokok bagi manusia, maka sang pemilik Sambal Pecel Karunia memanfaatkan peluang ini, menciptakan produk yang setiap saat tetap dibutuhkan oleh konsumen.

Lokasi tempat suatu usaha menjadi titik utama kegiatan dalam berdagang. Khususnya lokasi produksi. Bisa juga dijadikan tempat untuk promosi produk, jika lokasi dan produk tersebut sesuai dengan target konsumen. Sambal Pecel Karunia merupakan produk rumahan yang biasa diedarkan dari toko ke toko maka lokasi saat ini sudah cocok karena tempat yang bersih dan menurut survei yang saya lakukan lokasinya tepat dengan target pasar, didukung pula dengan lingkungan sekitar yang menyukai makanan Pecel, hal ini bisa memberikan keuntungan sang pemilik usaha karena masyarakat sekitar yang turut promosi dari mulut ke mulut secara tidak sengaja maupun disengaja. Bekerja dilokasi yang bersih, strategis sangat

memberikan kenyamanan bagi pekerja sehingga dapat memproduksi produk lebih nyaman dan hasilnya pun akan bagus, produk pun akan higienis dan aman. Bahkan ada pula masyarakat sekitar tempat produksi merasa senang dengan adanya usaha tersebut yang dapat membantu mendorong perekonomian masyarakat desa mereka. Sambal pecel adalah salah satu variasi sambal jenis bumbu kacang, disajikan dengan sayur yang sudah direbus dan menuangkan sambal pecel di atasnya. Jika dulu pecel dipandang peminatnya hanya konsumen yang berusia tua karena sambal pecel sudah dibuat sejak zaman dahulu, maka tidak dengan zaman sekarang yang mulai dari remaja hingga dewasa pun mereka juga menyukai pecel. Dimakan saat pagi, siang, bahkan malam pun tak masalah. Berbahan utama kacang, pastinya bagi para pecinta kacang dan sambal pasti produk ini memang menjadi produk kesukaan. Selain rasanya memang enak, manfaat dari sayur dan kacang itu sendiri juga bagus. Sambal pecel cocok untuk campuran sayuran dan sambal lauk. Sambal pecel ini menggunakan kacang tanah, gula jawa, dan bumbu rempah sebagai bahan. Umumnya digunakan untuk campuran sayuran, rujak, dan mie, biasanya dilengkapi dengan rempeyek, kerupuk atau tempe dan tahu bacem. Keberadaan Sambal Pecel bisa dimanfaatkan untuk yang menjalani hidup praktis dan menyehatkan.

Sambal Pecel Karunia merupakan merk usaha yang termasuk usaha kuliner, Sambal Pecel karunia ini menjual sambal Pecel siap makan mulai dari ukuran kemasan yang kecil hingga kemasan lebih

besar. Berlokasi di Desa Banjarjo, Bangsri, Kec. Nglegok, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Menurut informasi yang saya dapatkan, Sambal Pecel Karunia menggunakan strategi pemasaran 7P. Berdasarkan uraian latar belakang maka saya tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh strategi *7P marketing mix* terhadap keputusan para konsumen melakukan pembelian. Sehingga saya ingin melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Pada Sambal Pecel Karunia Blitar”**

B. Permasalahan

Keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk didorong oleh beberapa faktor. Keputusan pembeli adalah penyelesaian masalah. Karena setiap orang pasti pernah mempertimbangkan sebelum mereka mengambil keputusan membeli. Salah satu produk sambal bermerek di Kabupaten Blitar, desa Banjarjo, ialah Sambal Pecel Karunia memiliki banyak konsumen bahkan pelanggan dari berbagai daerah. Pecel sendiri banyak macamnya. Salah satu pecel yang terkenal enak adalah pecel dari Blitar, Jawa Timur. Sambal Pecel Karunia salah satunya, yang termasuk produk yang mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Namun tak jarang ada konsumen melakukan pembelian hanya sekali saja yang artinya tidak cocok karena memiliki alasan sendiri. Faktanya banyak dijumpai konsumen yang

mudah bosan dan ingin mencoba rasa yang berbeda. Berdasarkan wawancara singkat yang dilakukan dengan salah satu konsumen yang tidak disebutkan namanya menyampaikan beberapa keluhan terhadap produk Sambal Pecel Karunia mendapati di beberapa kemasan produk tersebut masih banyak minyaknya. Kemudian juga mengeluhkan tentang bagaimana konsumen kesulitan untuk mendapatkan produk Sambal Pecel Karunia yang belum begitu tersebar di beberapa titik tempat, dan masih terkendala oleh sarana promosi yang cenderung menggunakan cara yang lawas sedangkan kita ketahui sekarang banyak sekali sarana kekinian yang sebenarnya dapat kita manfaatkan untuk mempromosikan produk sesuai dengan jaman, kemudian adanya penawaran ketersediaan produk yang kurang lengkap di beberapa tempat sehingga belum dapat memenuhi keinginan konsumen.

Maka dari itu adapun permasalahan yang dapat diangkat terkait bagaimana dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh sambal pecel karunia Blitar ialah strategi apa yang mereka terapkan agar konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk merek, serta apakah Sambal Pecel Karunia memang memerlukan strategi penjualan 7p untuk meningkatkan penjualan produknya. Tidak salah jika setiap penjual perlu lebih memperhatikan hal-hal tersebut demi memberi kepuasan terhadap setiap konsumen melalui penerapan 7P *marketing mix*. Untuk menebus suatu pasar diperlukan strategi. Komponen dari 7P saling mempengaruhi satu sama lainnya dalam

pemasaran. Berdasarkan kondisinya peneliti dapat mengangkat beberapa permasalahan diatas menjadi topik pembahasan dalam sebuah penelitian menggunakan strategi *7P marketing mix*, dengan adanya penggunaan strategi tersebut nantinya akan memberikan analisis menyeluruh terhadap strategi pemasaran yang dijalankan oleh Sambal Pecel Karunia serta dapat memberikan evaluasi atau memberikan masukan bagi Sambal Pecel Karunia agar mampu bersaing dalam memberi kepuasan bagi setiap konsumennya, strategi *7P marketing mix* ini akan menguntungkan jika diterapkan dengan benar pada penjualan produk Sambal Pecel tersebut.

Penentuan harga jual Sambal Pecel Karunia ini menghadirkan beberapa pilihan harga sesuai dengan produk yang akan konsumen dapatkan, untuk kemasan kecil / kemasan dengan berat per-100 Gram produk dibandrol harga Rp.5.000,00 saja sehingga masyarakat dapat menikmati Sambal Pecel Karunia Blitar dengan harga yang murah namun dengan rasa yang enak. Kemudian untuk kemasan per-kilonya dibandrol harga Rp. 40.000,00. Selama 5 tahun terakhir, Sambal Pecel Karunia Blitar telah merinci penjualan produk mereka setiap tahunnya, dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Penjualan Sambal Pecel Karunia Blitar

Tahun	Penjualan
2018	34.099
2019	10.800
2020	28.764
2021	36.111
2022	36.849

Sumber : Sambal Pecel Karunia Blitar, 2022

Berdasarkan tabel 1.1, pada tahun 2019 penjualan Sambal Pecel Karunia Blitar mengalami penurunan drastis karena adanya bencana pandemi virus corona yang sedang marak pada tahun tersebut, sehingga berdampak pada jumlah penjualan karena segala kegiatan sangat dibatasi pada tahun 2019 untuk pencegahan bertambahnya lagi kasus korban virus korona. Syukurnya, ditahun 2021 korban berkurang dan berdampak baik pula untuk perekonomian di Indonesia termasuk meningkatnya lagi penjualan produk Sambal Pecel Karunia Blitar ditambah diterapkannya strategi pemasaran 7P *marketing mix* sangat mempengaruhi meningkatnya penjualan mereka dalam memuaskan kembali para konsumen.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat pengaruh *Marketing Mix 7P* terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian pada sambal pecel karunia Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah: Untuk menjelaskan pengaruh *Marketing Mix 7P* terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian pada sambal pecel Karunia Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis:

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi *7P marketing mix* terhadap keputusan konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian.

2. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar:

Sebagai informasi tambahan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu Manajemen Pemasaran khususnya dibidang strategi penjualan pada suatu merek produk.

3. Bagi penjual Sambal Pecel Karunia Blitar:

Kesimpulan saran dan kekurangan dalam penelitian ini diharap dapat menjadi dorongan kepada tim Sambal Pecel Karunia Blitar tersebut untuk bergerak lebih baik lagi dalam memasarkan produk mereka dan menerapkan strategi pemasaran *7P marketing mix*.

4. Bagi peneliti berikutnya:

Dapat dijadikan sebagai bahan dan referensi untuk melakukan penelitian dengan pembahasan topik yang sama.