

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan dunia kuliner khususnya Indonesia telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Kuliner tidak hanya sebatas pemenuhan kebutuhan primer manusia namun lebih dari pada itu, dunia kuliner saat ini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Hal ini dapat terlihat dari semakin banyaknya media yang membahas mengenai dunia kuliner, mulai dari koran, majalah, televisi, radio, internet dan lainnya.

Kegiatan makan itu sendiri sekarang bukan sekedar masalah kuantitas dan perut kenyang, namun lebih dari pada itu, kegiatan makan telah bergeser menjadi ajang untuk bersosialisasi, rekreasi yang menekankan kepada kesenangan dan pengalaman baru. Hobi masyarakat yang gemar melakukan wisata kuliner dari satu tempat makan ke tempat makan lainnya berkembang cukup pesat seiring dengan munculnya aneka jajanan kuliner yang beraneka ragam.

Bandung adalah salah satu kota tujuan utama parawisata dan pendidikan yang memiliki daya tarik tersendiri. Kota Bandung dikenal sebagai kota belanja, dengan adanya *mall*, *factory outlet*, wisata kuliner, wisata budaya, wisata rekreasi dan alam. Di akhir pekan, jalanan kota Bandung menjadi lebih padat dibandingkan dengan hari-hari biasa, karena bertambahnya volume kendaraan dari luar kota Bandung terutama yang datang dari arah kota Jakarta. Selain dikenal dengan kota belanja, kota Bandung juga dikenal dengan wisata kulinernya yang

sangat digemari para wisatawan. Dari kuliner di jalan kaki lima hingga café dan restoran tak luput untuk dikunjungi. Hal ini yang membuat bisnis di bidang kuliner ini semakin berkembang.

Berikut jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2012-2016.

**Tabel 1.1**  
**Kunjungan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kota Bandung**  
**2012-2016**

Wisatawan	Tahun				
	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Mancanegara</b>	720.683	762.442	454.408	1.059.905	1.059.905
<b>a</b>					
<b>Nusantara</b>	25.066.687	26.124.955	28.255.015	28.728.023	33.607.999
<b>Jumlah</b>	25.787.370	26.887.397	28.679.423	29.787.928	34.667.904

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2016

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang berkunjung ke kota Bandung mengalami kenaikan pada tahun 2015 dan 2016. Hal tersebut dapat menjadi tolak ukur bahwa kota Bandung mempunyai daya tarik bagi wisatawan. Dilihat dari jumlah kenaikan tersebut mendorong para pengusaha untuk berbisnis di bidang kuliner. Peluang yang cukup menjanjikan ini menjadi langkah awal bagi pengusaha untuk membuka tempat makan mulai dari jajanan kaki lima sampai dengan sebuah café/restoran. Tercatat di tahun 2015 ada 3055 restoran yang ada di kota Bandung (sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2016). Dan akan terus bertambah munculnya restoran-restoran baru.

Pesaing di bisnis ini membuat pemilik restoran untuk lebih meningkatkan kekuatan yang ada diperusahaannya dengan cara memberikan sesuatu yang baru dan berbeda dari pesaing lainnya guna menarik minat konsumen untuk mencoba.

Misalnya dengan memiliki produk/jasa yang berbeda (unik) dibandingkan dengan pesaing, pengusaha terus melakukan inovasi/ pengembangan produknya, memiliki nilai lebih di mata konsumen/pelanggan dan mempertahankan kualitas produk bahkan terus meningkatkan sebagai suatu upaya menghadapi kondisi pasar untuk mencapai tujuan perusahaan.

Bentuk usaha yang bergerak di bidang kuliner adalah Braga Punya Cerita. Braga Punya Cerita terletak di lokasi yang strategis yaitu beralamat di Jl. Braga 64. Restoran ini berdiri sejak 23 april 2015, restoran ini di buka bertepatan dengan diselenggarakan KAA (Konfrensi Asia Afrika). Dimana saat berlangsungnya KAA ini sekitar jalan Asia Afrika dan Braga merupakan jalan utama dari berlangsungnya acara ini. Menurut pemilik dibukanya restoran ini bukan direncanakan ketika adanya KAA tersebut, melainkan adanya KAA tersebut hanya dijadikan momentum saja. Hanya kebetulan saja dimana di bukanya restoran ini bertepatan dengan KAA. Konsep dari Braga Punya Cerita ini mengambil dari sejarah dari kawasan Braga dan salah satu target konsumennya adalah wisatawan yang berkunjung ke jalan Braga. Wisatawan yang ingin mengetahui sejarah Braga bisa mendatangi restoran ini, karena disini disediakan buku mengenai sejarah kawasan ini yang disetiap mejanya tersedia. Selain itu terdapat lukisan sejarah dari jalan Braga yang semakin memperjelas konsep yang mereka terapkan pada restoran ini.

Restoran ini berdekatan dengan pusat perbelanjaan/*mall* yaitu Braga Citywalk. Selain itu restoran ini juga berdekatan dengan perkantoran, kurang lebih terdapat 10 kantor bank (sumber: [informasi-daftar.blogspot.co.id/2014/06/bank-bank-di-kota-bandung-beserta.html?m=1](http://informasi-daftar.blogspot.co.id/2014/06/bank-bank-di-kota-bandung-beserta.html?m=1)) dan berdekatan juga dengan hotel yang kurang lebih ada 13 hotel (<https://www.google.co.id/search>). Braga Punya Cerita menyediakan fasilitas seperti AC, wifi, toilet, mushola, dan juga terdapat tempat

khusus untuk disewakan seperti acara *gathering*, arisan, *meeting*, dll. Harga yang relatif terjangkau seharusnya menjadi salah satu faktor pendukung untuk menarik minat konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian pada Braga Punya Cerita. Pesaing terdekat di sekitar Braga Punya Cerita adalah Bebek Garang, sedangkan pesaing utamanya adalah Braga Permai Resto & Cake Shop dan pusat perbelanjaan/*mall* Braga Citywalk yang menawarkan aneka kuliner baik tradisional maupun barat. Berikut ini daftar pesaing Braga Punya Cerita:

**Tabel 1.2**

**Daftar Pesaing Braga Punya Cerita**

No	Pesaing	Alamat
1	Braga Permai	Jln. Braga No.58
2	Braga Art Café	Jln. Braga No.68
3	Braga Punya Cerita	Jln. Braga No. 64
4	Café Bali	Jln. RE. Martadinata No. 211-215

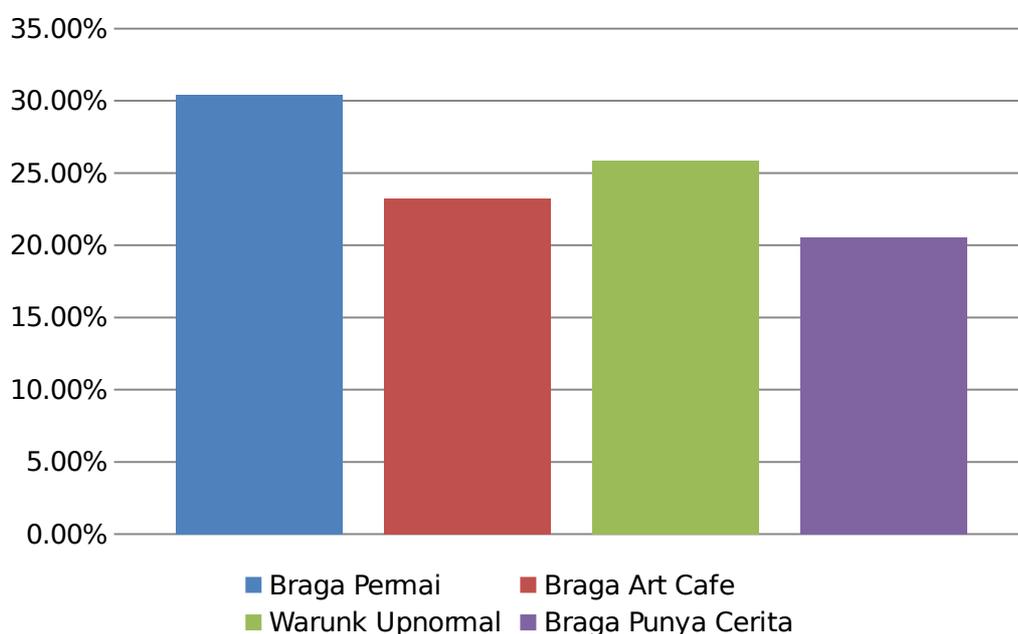
Sumber: Data *Prime*, diolah 2017

Berdasarkan Tabel 1.2 penulis sampai pada pemahaman bahwa terdapat persaingan antara pengusaha yang bergerak dibidang kuliner. Namun, dapat dibedakan dari beberapa pesaing tersebut mengenai varian rasa produk dan harga. Braga Punya Cerita menawarkan dengan berbagai macam makanan yaitu Indonesian, Italia, Japanese, American dan terdapat juga minuman-minuman seperti macam-macam jus, macam-macam teh dan kopi. Makanan andalan Braga Punya Cerita yaitu Iga Bakar Nipon dan minuman andalannya adalah Jus Peuyeum, menu ini paling laris dijual di Braga Punya Cerita. Dengan penyediaan produk yang cukup menarik dengan suasana yang unik membuat Braga Punya Cerita mulai digemari kaula muda hingga dewasa. Braga Punya cerita sendiri telah eksis dalam kurun waktu 2 tahun dan dapat mensejajarkan posisinya dengan

pesaing-pesaing yang ada telah di kota Bandung. Terdapat empat pemain besar untuk Café dan bisa dilihat dari *market share*. Terdapat dua pemain yang cukup menguasai pangsa pasar dalam jenis makanan dan minuman, yaitu Braga Permai dan Warunk Upnormal. Persaingan dari café-café tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut ini :

**Tabel 1.3**

*Market Share* Tahun 2016



Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung

Terlihat dari Tabel 1.3 pada halaman sebelumnya, *market share* masih dikuasai oleh Braga Permai dan Warunk Upnormal. Sedangkan Braga Punya Cerita berada pada peringkat paling bawah dari para pesaingnya. Hal itu menandakan Braga Punya Cerita memiliki *market share* yang kecil atau atau dikatakan lebih rendah dibandingkan para pesaingnya, sehingga Braga Punya Cerita harus mempersiapkan kembali strategi pemasaran untuk kembali menaikkan *market share* nya. Rendahnya *market share* Braga Punya Cerita ditengarai oleh turunnya jumlah pendapatan. Adapun data penjualan yang menunjukkan naik turunnya penjualan restoran ini, seperti tabel berikut:

**Tabel 1.4**  
**Data Penjualan Braga Punya Cerita**

Tahun	Bulan	Penjualan (Rp)	Tahun	Bulan	Penjualan (Rp)
2015	Juni	80.460.300	2016	Juni	76.460.320
2015	Juli	40.490.919	2016	Juli	37.490.000
2015	Agustus	100.980.072	2016	Agustus	99.780.168
2015	September	90.438.271	2016	September	87.418.251
2015	Oktober	98.966.128	2016	Oktober	96.716.108
2015	November	83.386.557	2016	November	78.346.251
2015	Desember	120.943.815	2016	Desember	107.783.965
<b>Total</b>		<b>615.666.062</b>	<b>Total</b>		<b>476.211.098</b>

Sumber: Manajemen Braga Punya Cerita

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa pendapatan berfluktuasi dan cenderung mengalami penurunan. Penurunan terjadi dari bulan Juni sampai Desember 2015 ke bulan Juni sampai Desember 2016. Pada tahun 2015 total pendapatan **Rp. 615.666.062** sedangkan pada tahun 2016 menurun, menjadi **Rp. 476.211.098**. Penurunan terjadi dikarenakan semakin banyaknya bisnis atau usaha dan yang perlu dilakukan agar bisnis bertahan, pelaku perusahaan harus dapat menciptakan produk yang unik dan unggul agar produk yang dijual laku dipasaran.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, dari sisi harga, Braga Punya Cerita mempunyai harga yang sedikit lebih mahal yaitu berkisar antara Rp. 30.000,- - Rp. 100.000,-. Bila dibandingkan dengan pesaingnya yang berkisar antara Rp. 15.000,- - Rp. 70.000,- maka akan terlihat bahwa Braga Punya Cerita menetapkan harga yang lebih mahal dibandingkan pesaingnya.

Semakin bertambahnya pelaku bisnis kuliner ini semakin membuat para pelakunya ditantang untuk dapat menciptakan differensiasi unik dan *positioning* yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya.

Kondisi pasar yang kompetitif dan dinamis akan mengakibatkan setiap perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkaran bisnisnya.

Perusahaan atau pelaku bisnis harus mempunyai strategi khusus dalam memuaskan produknya. Untuk melakukan promosi ini diperlukan modal yang kuat. Oleh karena itu perusahaan harus berfikir keras dan kreatif untuk memilih strategi promosi yang tepat dan yang lebih pentingnya lagi, dengan diadakannya promosi ini diharapkan dapat menaikkan keputusan pembelian konsumen. Secara singkat promosi ini berkaitan dengan upaya mengarahkan seseorang untuk dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan akan selalu ingat akan produk tersebut. Dalam promosi ini, juga terdapat kombinasi dari beberapa unsur yang dapat mendukung.

Berikut ini adalah hasil penelitian pendahuluan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Braga Punya Cerita :

**Tabel 1.5**

**Hasil Kuesioner Pendahuluan Terkait Dengan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Braga Punya Cerita**

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden				
			SS	S	CS	TS	STS
1.	Sarana Fisik	Fasilitas parkir yang sangat luas.	-	20%	30%	26,66 %	23,33 %
2.	Harga	Harga yang ditawarkan sesuai dengan rasa yang enak	3,33 %	3,33 %	26.7%	43.4%	23.3%
3.		Harga yang ditawarkan sangat terjangkau.	3,33 %	26.7 %	20%	30%	20%
4.	Kualitas produk	Rasa masakan sangat enak.	3,33 %	16.7 %	23.3%	43.4%	13.3%
5.		Braga Punya Cerita menawarkan banyak pilihan menu baru yang beragam.	6,66 %	13%	26.7%	16.7%	6,66%
6.	Tempat	Lokasi Braga Punya Cerita	23.3	53.3	23.3%	-	-

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden				
			SS	S	CS	TS	STS
		sangat strategis.	%	%			
7.	Suasana	Suasana Braga Punya Cerita sangat nyaman.	10%	16.7%	23.3%	33.3%	16.7%
8.	Promosi	Promosi Braga Punya Cerita sangat cepat sampai pada konsumen	-	6,66%	33.3%	14.3%	45.7%
9.		Pesan promosi yang disampaikan sangat menarik	10%	30%	3.3%	40%	16,67%
10.	SDM	Produktifitas kinerja karyawan sangat baik	-	30%	40%	23.3%	6,67%
11.		Kecepatan melayani konsumen sangat cepat.	16.7%	33.3%	36.7%	10%	3,33%
12.	Proses	Pelayanan cepat terhadap konsumen.	6,67%	40%	33.3%	16.7%	3,33%
13.		Keramahan pelayanan sangat baik.	-	53.3%	33.3%	13.3%	-

Sumber: hasil penelitian pendahuluan 2017

Berdasarkan Tabel 1.5 dari hasil kuisisioner pendahuluan yang dibagikan yaitu dari 30 responden yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga dan promosi yaitu mengenai harga yang ditawarkan dari pernyataan hasil survey nomor 2 menyatakan tidak setuju persentasenya sebesar (66%). Selain itu promosi juga dapat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen yaitu pada item pernyataan hasil survey nomer 8 menyatakan tidak setuju dengan total persentase sebesar (59%). Jumlah tersebut didapatkan dari penjumlahan penilaian responden yang menyatakan cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju kemudian dibagi keseluruhan jumlah kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden dikali 100%. Hasil persentasi tersebut dianggap sebagai masalah yang terdapat dalam penelitian, karena dapat dibedakan antara penilaian responden yang menyatakan setuju lebih kecil persentasinya dibandingkan dengan jumlah total persentasi yang menyatakan tidak setuju.

Harga menjadi faktor yang sangat berpengaruh secara nyata dan kuat pada

keputusan pembelian konsumen. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitkan dengan kesesuaian dari manfaat yang diterima konsumen. Menurut Ferdinan (2013) dalam penelitiannya, harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.

Promosi merupakan hal yang tak kalah penting untuk diperhatikan oleh perusahaan dalam bersaing. Penelitian yang dilakukan oleh Anastasia Cara (2016) dalam melakukan sebuah promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen maka perlu diterapkan yaitu etika promosi dalam melakukan proses promosi yakni menyampaikan yang benar dan objektif, tidak ada unsur manipulasi atau memberdayakan konsumen selalu berpedoman pada prinsip-prinsip kejujuran dan tidak mengecewakan konsumen. Untuk meningkatkan minat beli maka dalam menawarkan promosi yang baik dengan cara mengenali kebutuhan konsumen, mencari informasi dan memahami manfaat produk tersebut bagi konsumen.

Braga Punya Cerita terus melakukan promosi-promosi sampai saat ini. Promosi yang dilakukan antaranya adalah adanya diskon 10% bagi anak sekolah dan mahasiswa dari pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 14.00 WIB. Adanya kerjasama dengan Gold's Gym yaitu berupa potongan harga bagi para member Gold's Gym untuk menu sehat/diet yang ada di Braga Punya Cerita dan beberapa perusahaan lainnya. Namun menurut pemilik, promosi yang dilakukan oleh Braga Punya Cerita ini belum dapat meningkatkan penjualan dan target yang di harapkan, karena kebanyakan konsumen kurang menggunakan promosi yang dilakukan oleh Braga Punya Cerita atau terindikasi bahwa promosi belum diketahui oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk

mengadakan penelitian dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Braga Punya Cerita”**

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini. Jika identifikasi dan rumusan masalah sudah dilakukan maka tujuan, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan metode penelitian dapat dilakukan.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Melihat fenomena yang terjadi saat ini, dimana persaingan antar perusahaan sangat ketat, baik itu café yang sudah terkenal maupun belum. Untuk memudahkan penelitian ini penulis akan mengedintifikasi masalah seperti berikut:

1. Ketatnya persaingan diantara Café sejenis.
2. Peringkat Braga Punya Cerita berada di posisi ke-4 dibandingkan café sejenis yang dinilai berdasarkan jenis makanan yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, nilai dari pelanggan, dan suasana.
3. Berdasarkan data penjualan Braga Punya Cerita mengalami penurunan di tahun 2016.
4. Hasil penelitian pendahuluan (*preliminary research*) menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Braga Punya Cerita lebih mahal dibandingkan pesaing.

5. Hasil penelitian pendahuluan (preliminary research) menunjukkan bahwa promosi yang di berikan Braga Punya Cerita masih belum maksimal.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga pada Braga Punya Cerita.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai promosi yang ditawarkan Braga Punya Cerita
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian pada Braga Punya Cerita.
4. Seberapa besar pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Braga Punya Cerita, baik secara parsial maupun simultan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui sampai sejauh mana harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai harga di Braga Punya Cerita.
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai promosi di Braga Punya Cerita.
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di Braga Punya Cerita.

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan promosi secara parsial dan simultan terhadap proses keputusan pembelian di Braga Punya Cerita.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang konsep pemasarannya, khususnya harga dan promosi penjualan serta dapat membandingkan teori-teori yang didapat dari perkuliahan dengan praktek yang sesungguhnya di dalam perusahaan.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dalam menangani masalah yang sedang dihadapi berkaitan dengan harga dan promosi penjualan yang dilakukan perusahaan.
3. Bagi pihak lain, tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang usaha yang sama maupun khalayak umum yang ingin menambah pengetahuannya.

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

- a. Bagi peneliti dapat dijadikan sebagai bahan masukan sehingga dapat menerapkan perpaduan yang tepat dan sesuai antara praktek dan keadaan teoritis yang diterima selama perkuliahan.
- b. Untuk memberikan sumbangan teoritis dalam bidang ilmu pemasaran khususnya yang terkait dengan pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Braga Punya Cerita.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi Peneliti  
Dari penelitian ini peneliti mendapatkan pengalaman langsung yaitu

penelitian di bidang manajemen pemasaran dan lebih mengetahui tentang pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di Braga Punya Cerita.

## 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di Braga Punya Cerita.

### **1.5 Lokasi Penelitian**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian di restoran Braga Punya Cerita yang berlokasi di Jl. Braga No. 64, Bandung. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan oleh penulis dari bulan Juni 2017 sampai dengan skripsi ini selesai.