

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan suatu negara dapat dilihat dari pertumbuhan perekonomiannya, salah satunya dilihat dari kegiatan berbisnis. Saat ini perkembangan bisnis sangat pesat, persaingan di dunia bisnis membuat pembisnis harus berfikir lebih keras untuk mengembangkan inovasi guna mempertahankan usahanya. Dengan adanya pengembangan inovasi, perusahaan akan mampu menghasilkan suatu produk yang dapat bersaing di pasar pada era modern saat ini. Persaingan terjadi dalam berbagai bidang usaha salah satunya usaha kuliner yang merupakan kebutuhan setiap makhluk hidup. Oleh karena itu banyak pelaku bisnis yang sukses di bidang kuliner. Dengan bisnis seseorang dapat memperoleh pendapatan yang besar, jika bisnis tersebut dijalankan dengan sungguh- sungguh.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:6):

“Bisnis adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan terget yan diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya”.

Sedangkan menurut Sjinner dalam Francis Tantri (2014:4):

“Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat”.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan. Untuk mampu bertahan

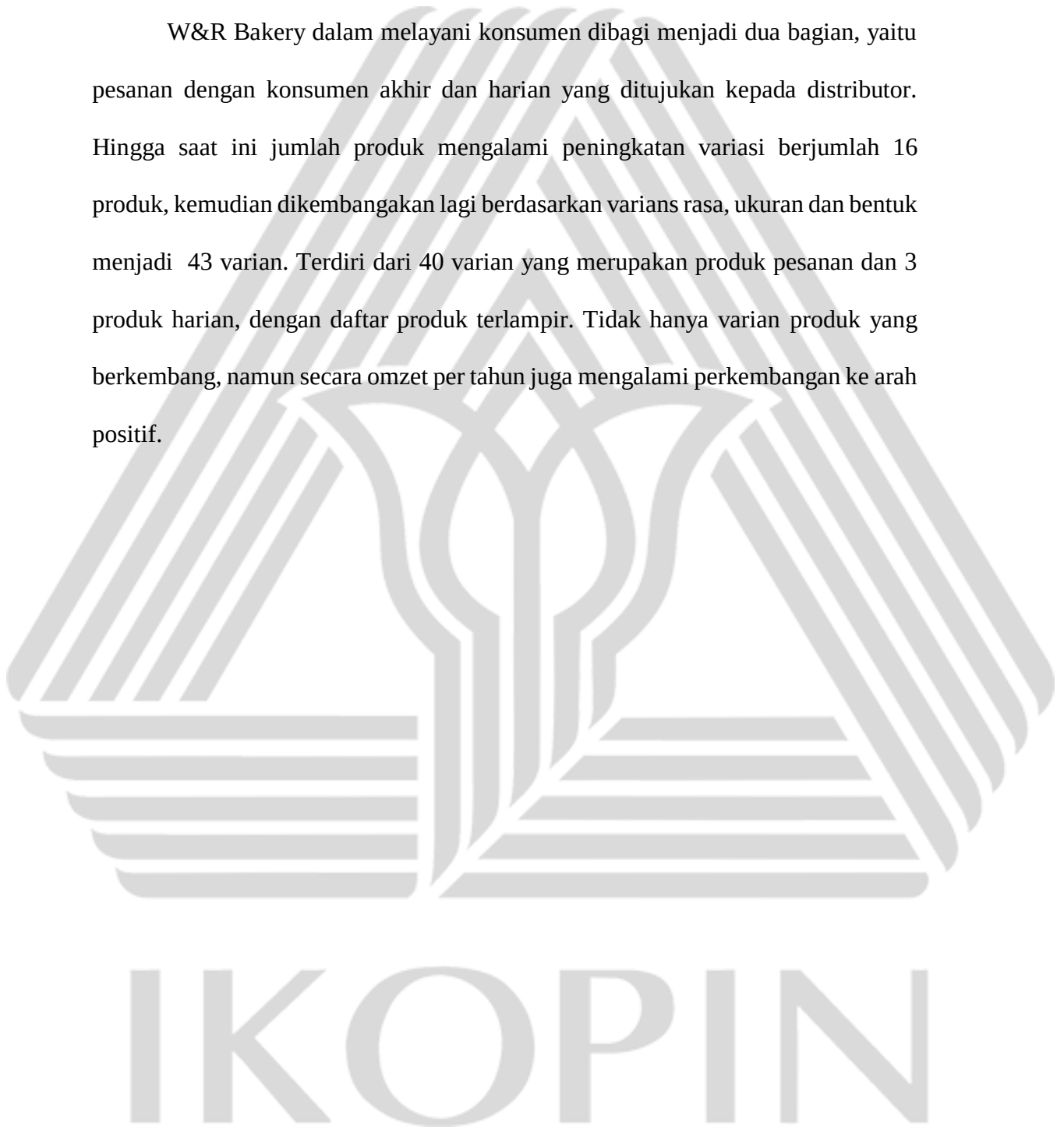
dalam bisnis harus mempunyai tekad dan kreativitas dalam memperkaya produk yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Upaya lain pengusaha kecil untuk mampu bersaing salah satunya adalah berkooperasi. Koperasi Ikatan Wirausaha Boyolali (IWABI) merupakan koperasi yang statusnya pra koperasi. Pra Koperasi IWABI beranggotakan pengusaha mie basah, roti dan kukis yang berbahan dasar tepung terigu dengan jumlah anggota 18 orang. Pra Koperasi IWABI beralamatkan di Dukuh Girioto RT 01 RW 03 Desa Girioto, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Pra Koperasi IWABI didirikan pada tanggal 24 April 2011 yang merupakan pra koperasi binaan PT. Sriboga Flour Mill yang memiliki satu unit usaha yaitu Usaha Simpan Pinjam.

Bapak Wahyono adalah salah satu anggota aktif Pra Koperasi IWABI sebagai pemilik usaha bakery yang bermerk W&R Bakery. Pada tahun 2012 tepat di bulan Februari mulai merintis usaha bakery, kemudian di bulan Mei mulai bergabung dengan menjadi anggota di Pra Koperasi IWABI. Pra Koperasi IWABI memberikan manfaat dari segi permodalan, pendidikan dan pelatihan, dan lain sebagainya. Anggota koperasi tentunya memberikan pengaruh kepada perkembangan usaha W&R Bakery baik sebagai rekan ataupun sebagai pesaing.

Pesaing tentunya memberikan pengaruh terhadap penjualan perusahaan W&R Bakery yang baru tumbuh dan berkembang dibandingkan usaha bakery lainnya yang sudah mengenal karakteristik pasar lebih lama, pengalaman dalam berbisnis memang menjadi guru terbaik untuk membaca prospek pasar ke depannya. Namun, persaingan membuat W&R Bakery terus berusaha dalam pengembangan produk maupun pasar untuk mencapai target penjualan.

W&R Bakery dalam melayani konsumen dibagi menjadi dua bagian, yaitu pesanan dengan konsumen akhir dan harian yang ditujukan kepada distributor. Hingga saat ini jumlah produk mengalami peningkatan variasi berjumlah 16 produk, kemudian dikembangkan lagi berdasarkan variasi rasa, ukuran dan bentuk menjadi 43 varian. Terdiri dari 40 varian yang merupakan produk pesanan dan 3 produk harian, dengan daftar produk terlampir. Tidak hanya varian produk yang berkembang, namun secara omzet per tahun juga mengalami perkembangan ke arah positif.



Tabel 1.1 Omzet Penjualan pada W&R Bakery Tahun 2013-2018

Tahun	Omzet Pesanan (Rp)	Presentase Kenaikan Omzet Pesanan (%)	Omzet Harian (Rp)	Presentase Kenaikan Omzet Harian (%)	Total Omzet (Rp)	Presentase Kenaikan Omzet (%)
2013	145.235.000	-	34.250.000	-	179.485.000	-
2014	149.913.000	3,22	35.484.000	3,60	185.397.000	3,29
2015	184.835.000	23,3	72.570.500	104,5	257.405.500	38,8
2016	203.837.000	10,3	111.193.500	53,2	315.030.500	22,4
2017	211.121.000	3,6	145.776.000	31,1	356.897.000	13,3
2018	273.585.000	29,6	196.282.500	34,6	469.867.500	31,7

Sumber : Data Keuangan W&R Bakery

Perkembangan usaha pada Tabel 1.1 dari tahun ke tahun cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2014 mengalami kenaikan 3,29% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 38,8% dari tahun sebelumnya. Kemudian terus mengalami kenaikan pada tahun 2016 sebesar 22,4% ke arah positif secara rupiah, namun jika dilihat presentase kenaikan total omzet pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 16,4% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 9,1% dari tahun sebelumnya walaupun secara rupiah mengalami kenaikan yang mempunyai kasus sama pada tahun 2016. Tahun 2017 kembali menunjukkan kenaikan secara persentase maupun secara rupiah yang yaitu sebesar 31,7%. Namun kenaikannya menunjukkan persentase yang menurun pada tahun 2015 hingga tahun 2017, dikarenakan ada produk utama yang mengalami penurunan.

Dapat dilihat secara jelas bahwa setiap tahun mengalami kenaikan dalam rupiah yang terus berkembang ke arah positif. Namun jika dilihat dari persentase mengalami fluktuatif maka hal ini menjadi perhatian lebih bagi pemilik W&R Bakery. Terlebih ketika ditelusuri lebih lanjut, bahwa kenaikan omzet ternyata diikuti dengan kenaikan harga, yang secara relevan akan berbanding lurus dengan kenaikan omzet. Di sisi lain, terdapat penjualan produk fluktuatif bahkan terdapat produk yang terus mengalami penurunan yang merupakan produk utama pada omzet yang terus mengalami kenaikan.

Tabel 1.2 Perkembangan Permintaan Produk W&R Bakery Tahun 2013-2018

No	Produk	Tahun (dalam pcs)					
		2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Bolu	12060	11790	11640	9540	3675	895
2	Krumpul	3470	655	1640	2620	650	375
3	Kabaret	6250	8050	8390	9105	12395	19300
4	Bolu isi daging	0	0	400	540	615	690
5	Bolu gulung	1155	1164	1460	1474	1631	1877
6	Mandarin	1540	1430	1100	860	990	1050
7	Bika Ambon	0	0	0	0	5	17
8	Tiramissu	0	0	0	0	20	18
9	Brownis kukus	0	0	0	0	10	50
10	Brownis panggang	0	0	0	0	25	60
11	Wingko Babat	0	0	0	0	7	15
12	Bolu pisang	0	0	0	0	15	70
13	Bolu Tape	0	0	0	0	18	55
14	Pia Basah	12350	12455	36245	48210	60010	58755
15	Roti semir	23450	23900	30645	42800	56800	68900
16	Donat	7500	8000	9500	5680	4670	3200
Jumlah		67275	67444	101020	120829	141536	155327

Sumber : Data Penjualan W&R Bakery

Tabel 1.2 menjelaskan bahwa W&R Bakery setiap tahunnya mengalami peningkatan pada penjualan produknya. Permintaan yang terus meningkat yaitu produk kabaret, bolu isi daging, bolu gulung, roti semir dan kue yang baru dikeluarkan produknya ditahun 2017 seperti bika ambon, brownis kukus, brownis panggang, wingko babat, bolu pisang, bolu tape. Produk yang fluktuatif seperti mandarin, pia basah dan tiramissu. Namun terdapat produk yang terus menurun seperti bolu, kerumpul dan donat.

Penurunan produk pesanan tersebut menjadi perhatian khusus dalam perusahaan W&R Bakery untuk keberlangsungan dan kemajuan W&R Bakery, karena penjualan sebagian besar dari produk pesanan. Penurunan pada beberapa

tiga produk terjadi pada dua produk pesanan dan satu produk harian. Pemasaran yang merupakan sentral dari sebuah usaha dinilai kurang diterapkan maksimal oleh W&R Bakery. Tolak ukur berhasil atau tidaknya suatu aktivitas pemasaran dalam menciptakan nilai bagi konsumen dari suatu produk dilihat dari kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Produk yang ditawarkan tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas dan kecewa. Jika produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut akan puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang. Kepuasan pada konsumen akan menciptakan pembelian berulang serta menumbuhkan loyalitas konsumen pada perusahaan tersebut. Ciri pada konsumen yang puas yaitu loyal terhadap produk, adanya komunikasi positif dari mulut ke mulut dan perusahaan akan menjadi pertimbangan utama ketika konsumen membutuhkan produk yang sama.

Terjadinya penurunan permintaan dari beberapa produk diduga karena W&R Bakery kurang menciptakan nilai dalam memenuhi kepuasan konsumen. Menurut hasil pra survai yang dilakukan terhadap 10 responden konsumen akhir maka diperoleh hasil yaitu kurangnya kepuasan dari produk yang ditawarkan. Reponden mengungkapkan bahwa produk yang ditawarkan memiliki ukuran yang semakin kecil, kemudian harga yang ditawarkan semakin meningkat. Selain itu ada yang mengungkapkan bahwa pendistribusian terhadap produk selama ini masih kurang mudah dijangkau, banyaknya konsumen yang berasal dari jauh membuat mereka susah dalam mendapatkan produk. Didukung dengan pemesanan yang masih sulit, yaitu harus datang ke tempat. Ada juga yang mengungkapkan bahwa

promosi yang dilakukan masih kurang, dengan bukti kurangnya pengetahuan akan produk baru dari W&R Bakery.

Dari hasil pra survey dengan demikian dapat disimpulkan ada dugaan penerapan bauran pemasaran yang masih kurang, dari hubungan perusahaan dengan pelanggan yang kurang dekat, pembelian ulang yang jarang, kurangnya loyalitas terhadap produk sehingga kurangnya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen menjadi penyebab dalam menurunnya penjualan pada W&R Bakery. Oleh sebab itu perlu dilakukan analisis untuk mengetahui secara jelas mengenai penerapan bauran pemasaran yang sebenarnya terjadi terhadap produk yang mengalami penurunan untuk produk pesanan agar dapat dicari solusi perbaikannya, sehingga strategi bauran pemasaran yang diterapkan akan dapat menciptakan kepuasan konsumen yang dapat meningkatkan volume pembelian yang akan mempengaruhi volume penjualan yang sesuai dengan harapan.

Penelitian mengenai bauran pemasaran telah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya Suri Amilia dan Ayu Novianti dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa tahun 2016. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Galih Kusnawan dan Purwohadi Wijoyo pada tahun 2008 dengan judul Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Efektifitas Volume Penjualan Sayuran Hidroponik menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Penelitian yang dilakukan oleh Galih

Kusnawan dan Purwohadi Wijoyo menjadi acuan karena volume pembelian yang dilakukan konsumen akan menjadi volume penjualan bagi perusahaan.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Volume Pembelian”** pada W&R Bakery.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan bauran pemasaran pada W&R Bakery.
2. Bagaimana kepuasan yang dirasakan konsumen pada W&R Bakery.
3. Bagaimana volume pembelian konsumen pada W&R Bakery.
4. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang terdiri atas *product*, *price*, *promotion*, *place* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen pada W&R Bakery.
5. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang terdiri atas *product*, *price*, *promotion*, *place*, kepuasan konsumen berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap volume pembelian pada W&R Bakery.
6. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran melalui kepuasan konsumen terhadap volume pembelian pada W&R Bakery.
7. Apa upaya-upaya yang harus dilakukan W&R Bakery dalam permintaan pesanan dalam meningkatkan volume pembelian melalui penerapan bauran pemasaran.

8. Bagaimana perkembangan Pra Koperasi IWABI untuk dapat berbadan hukum.
9. Bagaimana peran dan manfaat koperasi terhadap perkembangan usaha W&R Bakery.
10. Bagaimana pelayanan Pra Koperasi IWABI yang diberikan dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data dan informasi yang di butuhkan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan volume pembelian pada W&R Bakery.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Penerapan bauran pemasaran pada W&R Bakery.
2. Kepuasan yang dirasakan konsumen pada W&R Bakery.
3. Perkembangan volume pembelian konsumen pada W&R Bakery.
4. Pengaruh bauran pemasaran yang terdiri atas *product, price, promotion, place* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen pada W&R Bakery.
5. Pengaruh bauran pemasaran yang terdiri atas *product, price, promotion, place*, kepuasan konsumen berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap volume pembelian pada W&R Bakery.

6. Pengaruh bauran pemasaran melalui kepuasan konsumen terhadap volume pembelian pada W&R Bakery.
7. Upaya-upaya yang harus dilakukan W&R Bakery dalam permintaan pesanan dalam meningkatkan volume pembelian melalui penerapan bauran pemasaran.
8. Perkembangan Pra Koperasi IWABI untuk dapat berbadan hukum.
9. Peran dan manfaat koperasi terhadap perkembangan usaha W&R Bakery.
10. Pelayanan Pra Koperasi IWABI yang diberikan dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu dan informasi yang bermanfaat untuk:

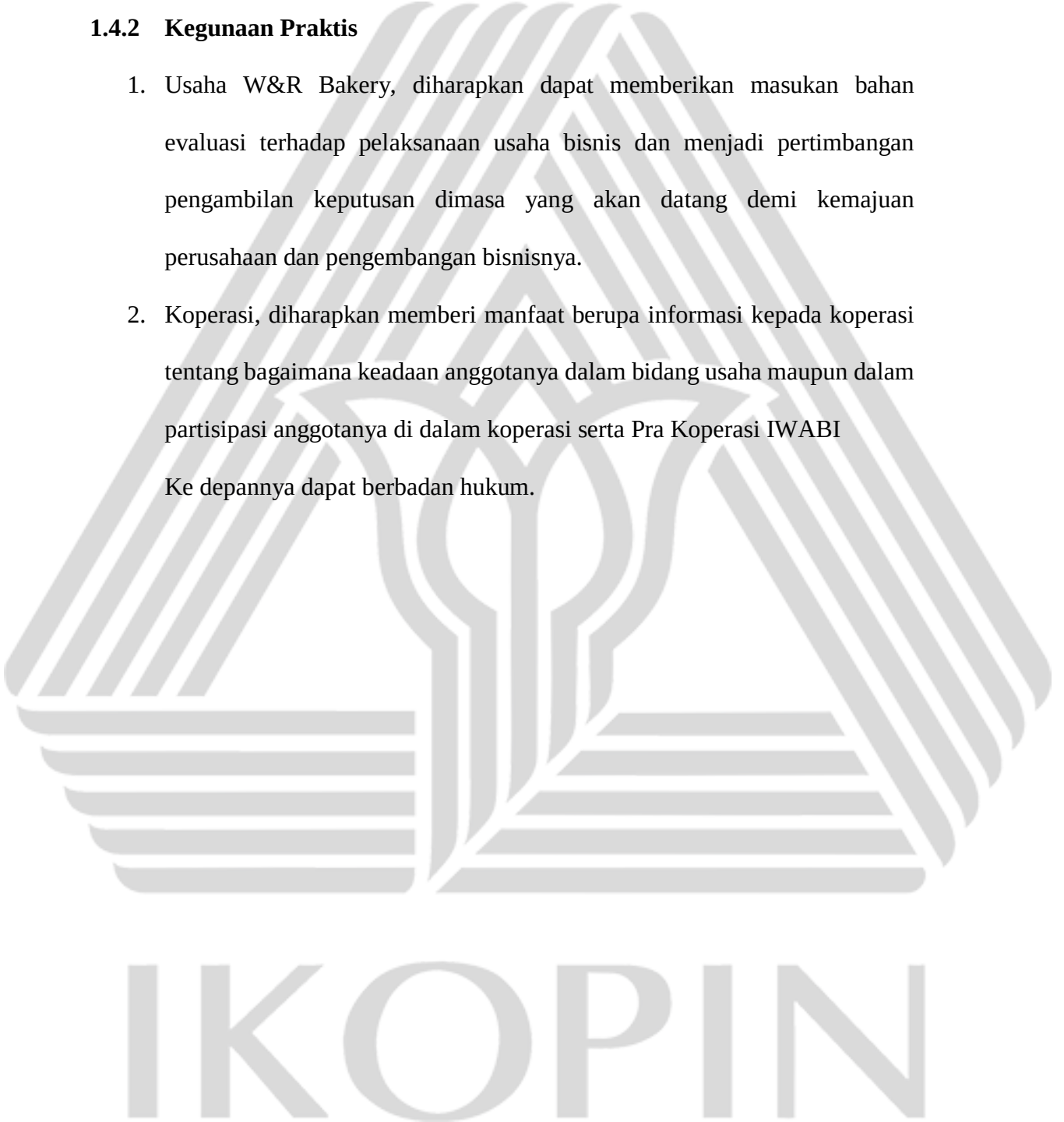
1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi peneliti, sebagai salah satu sarana untuk menambah dan mengembangkan wawasan serta pengetahuan yang bersifat tertulis maupun praktis, terutama yang berhubungan disiplin ilmu manajemen bisnis dan untuk menambah bahan kajian dalam bidang bisnis.
2. Bagi pihak lain, sebagai sebuah karya ilmiah mahasiswa yang diharapkan dapat berguna bagi civitas akademika bagi penerapan ilmu pengetahuan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan topik yang sama.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Usaha W&R Bakery, diharapkan dapat memberikan masukan bahan evaluasi terhadap pelaksanaan usaha bisnis dan menjadi pertimbangan pengambilan keputusan dimasa yang akan datang demi kemajuan perusahaan dan pengembangan bisnisnya.
2. Koperasi, diharapkan memberi manfaat berupa informasi kepada koperasi tentang bagaimana keadaan anggotanya dalam bidang usaha maupun dalam partisipasi anggotanya di dalam koperasi serta Pra Koperasi IWABI Ke depannya dapat berbadan hukum.



IKOPIN