

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam zaman atau era globalisasi ini persaingan bisnis sangat kompetitif, baik dipasar domestik (nasional) atau di pasar internasional/global. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan dengan para pengusaha pesaing lainnya, seorang pengusaha atau pebisnis harus mampu mempertahankan jumlah konsumen atau menambah jumlah konsumen dengan cara memberikan hal-hal yang konsumen butuhkan ataupun inginkan. Adapun kegiatan yang dapat dilaksanakan oleh para pengusaha atau pebisnis adalah untuk menciptakan sebuah daya tarik tersendiri dalam mengajak para konsumen untuk datang melakukan pembelian pada produk-produk yang ditawarkan.

Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Keputusan Pembelian ini merupakan sebuah hal yang penting bagi seorang pengusaha karena dengan Keputusan Pembelian inilah keberlangsungan usaha sebuah usaha dapat bertahan. Tidak mengherankan jika banyak pengusaha yang bersaing dalam menarik pembelian konsumen dan salah satunya adalah dalam bidang usaha kuliner.

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang sedang berkembang di seluruh dunia khususnya di Indonesia yang dikarenakan permintaan dari pasar

yang terus berkembang terhadap jenis bisnis sebidang serta munculnya *trend* kuliner sebagai gaya hidup masyarakat sehingga membuat para pengusaha yang melihat kesempatan ini berbondong-bondong membuka usaha kuliner mereka sendiri dengan menawarkan berbagai produk yang mereka ciptakan agar dapat mengungguli para pesaing lainnya.

Bakso Sapi Semarang adalah salah satu tempat kuliner yang menyajikan bakso sapi yang beralamatkan di jalan Semarang No. 50, Medan. Dengan banyaknya berbagai pengusaha bakso yang ada di kota Medan dan juga dapat dengan mudah ditemui diberbagai tempat membuat Bakso Sapi Semarang mengalami permasalahan dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada produk-produknya. Dengan demikian, penjualan dari Bakso Sapi Semarang juga terlihat menurun dan jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada baksonya semakin hari juga semakin sedikit sehingga tidak mengherankan jika pada keseharian, tempat makan Bakso Sapi Semarang terlihat sepi akan konsumen yang menikmati baksonya. Berikut ini adalah data penjualannya:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Bakso Sapi Semarang**  
**Periode 2016 sampai 2020**

<b>Tahun</b>	<b>Total Penjualan Bakso Sapi Semarang</b>
2016	Rp. 1.529.213.000
2017	Rp. 1.419.302.000
2018	Rp. 1.328.021.000
2019	Rp. 1.104.289.000
2020	Rp. 785.230.000

Sumber: Bakso Sapi Semarang, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa penjualan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 terus mengalami penurunan dimana pada tahun 2016 total penjualan adalah sebesar Rp. 1.529.213.000, sedangkan pada tahun

2017 total penjualan hanya mencapai Rp. 1.419.302.000. Untuk penjualan pada tahun 2018 adalah sebesar Rp. 1.328.021.000, sedangkan penjualan pada tahun 2019 adalah sebesar Rp. 1.104.289.000 dan penjualan pada tahun 2020 adalah sebesar Rp. 785.230.000.

Pada observasi awal yang dilakukan, peneliti menduga bahwa terdapat pengaruh dari Inovasi dan Layanan yang menurunkan pembelian konsumen pada Bakso Sapi Semarang. Menurut Lestari (2019:5), Inovasi adalah upaya perusahaan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi, untuk memodifikasi serta mentransformasi ide hingga komersialisasi produk baru ke pasar yang tujuan akhirnya yaitu memenuhi kebutuhan konsumen, sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2019:101), Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan konsumen.

Permasalahannya adalah kurangnya Inovasi untuk setiap makanan bakso yang dimilikinya membuat Bakso Sapi Semarang kurang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada makanannya karena selain memiliki bentuk yang sama dengan bakso lainnya, untuk hal rasa juga dinilai masih sama dengan tempat makan bakso lainnya sehingga membuatnya tidak memiliki sesuatu yang spesial untuk membuat konsumen kembali membeli. Untuk dalam hal Pelayanan, Layanan dari pemiliknya yang kurang ramah dan juga lama tanggap

dalam menyediakan kebutuhan konsumen membuat konsumen merasa tidak puas dan tidak ingin melakukan pembelian berulang pada Bakso Sapi Semarang.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada toko dengan judul **“DAMPAK INOVASI BAKSO DAN LAYANAN WIRUSAHAWAN DALAM MENARIK PEMBELIAN BAKSO SAPI SEMARANG.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka disinyalir penurunan Pembelian disebabkan oleh:

1. Kurangnya Inovasi untuk setiap makanan bakso yang dimilikinya membuat Bakso Sapi Semarang kurang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada makanannya karena selain memiliki bentuk yang sama dengan bakso lainnya, untuk hal rasa juga dinilai masih sama dengan tempat makan bakso lainnya sehingga membuatnya tidak memiliki sesuatu yang spesial untuk membuat konsumen kembali membeli.
2. Layanan dari pemiliknya yang kurang ramah dan juga lama tanggap dalam menyediakan kebutuhan konsumen membuat konsumen merasa tidak puas dan tidak ingin melakukan pembelian berulang pada Bakso Sapi Semarang.

## **1.3 Batasan Masalah**

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Inovasi ( $X_1$ )

dan Layanan ( $X_2$ ) terhadap Pembelian ( $Y$ ). Objek penelitian ini adalah konsumen Bakso Sapi Semarang.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Inovasi bakso dalam menarik Pembelian Bakso Sapi Semarang?
2. Bagaimana pengaruh Layanan wirausahawan dalam menarik Pembelian Bakso Sapi Semarang?
3. Bagaimana pengaruh Inovasi bakso dan Layanan wirausahawan dalam menarik Pembelian Bakso Sapi Semarang?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh Inovasi bakso dalam menarik Pembelian Bakso Sapi Semarang.
2. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh Layanan wirausahawan dalam menarik Pembelian Bakso Sapi Semarang.
3. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh Inovasi bakso dan Layanan wirausahawan dalam menarik Pembelian Bakso Sapi Semarang.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. **Bagi Bakso Sapi Semarang**

Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Inovasi bakso dan Layanan wirausahawan dalam menarik Pembelian Bakso Sapi Semarang.

2. **Bagi Akademisi**

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Inovasi dan Layanan dalam menarik Pembelian.