

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat mengakibatkan persaingan yang semakin ketat, berbagai cara dilakukan para pelaku bisnis untuk menjaga dan mengembangkan keunggulan kompetitif dengan pesaingnya. Dalam upaya memenangkan persaingan, perusahaan berusaha melakukan kegiatan bisnisnya dengan sebaik mungkin mulai dari merencanakan, mengorganisir dan melaksanakan kegiatan bisnisnya sehingga tercipta produk dan jasa yang terbaik. Tingkat persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan harus meningkatkan pelayanan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan atau calon pelanggan lainnya. Loudon dan Bitta dalam Simamora (2003 : 2) lebih menekankan perilaku konsumen sebagai pengambilan keputusan. Menurut mereka perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa.

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Tidak terkecuali pada jaman sekarang yang telah mengalami perkembangan dalam dunia usaha yang sangat pesat, segala bentuk kebutuhan hidup masyarakat baik dilihat dari segi kebutuhan primer, sekunder maupun tersier merupakan suatu kebutuhan yang ingin dipenuhi, terpuaskan dan tercapai oleh manusia.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat di Indonesia yaitu bisnis yang bergerak di bidang jasa boga yakni “katering”. Katering berasal dari kata “*to cater*” yang dalam terjemahan bebasnya berarti menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman untuk umum. Orang yang menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman tersebut dinamakan *cateter* (Ariyanto 2015 : 1). Katering merupakan salah satu usaha jasa makanan yang meliputi restoran, hotel, katering pernikahan, katering industri, katering transportasi, katering rumah sakit, katering sekolah, katering yatim piatu, katering penjara dan katering rumah jompo.

Mengingat semakin maraknya perkembangan usaha katering di Indonesia khususnya di kota Surabaya yang merupakan ibukota provinsi Jawa Timur yang mayoritas penduduknya merupakan pekerja yang sibuk dan kebanyakan tidak mempunyai waktu untuk memasak di pagi hari sehingga mereka membutuhkan makanan yang siap saji. Namun, kebanyakan makanan siap saji merupakan makanan yang tidak sehat meskipun enak rasanya. Banyak konsumen saat ini mulai sadar akan pentingnya makanan sehat untuk kesehatan mereka dan mengurangi resiko terkena penyakit seperti kolesterol, darah tinggi, jantung, stroke, diabetes, obesitas dan lain-lain. Dari masalah tersebut, maka beragam katering sehat bermunculan di Surabaya. Persaingan menjadi semakin ketat. Hal tersebut membuat usaha katering mengalami tantangan yang lebih berat untuk mampu mempertahankan keberadaanya juga mengembangkan usahanya.

Ditambah dengan masalah keluhan dari konsumen yang pernah menggunakan jasa katering sebelumnya seperti kurangnya variasi menu makanan, kualitas rasa tidak sesuai dengan harga, kualitas bahan baku yang kurang bagus, kebersihan dari masakan dan kemasan, tidak adanya inovasi produk, pengiriman yang tidak tepat waktu dan harga yang mahal dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa

katering tersebut, sehingga dalam hal ini banyak faktor yang mempengaruhi usaha katering. Agar dapat bertahan atau tumbuh dan berkembang dapat dilihat dari kinerja perusahaan katering tersebut yang ditunjukkan dari laporan keuangan perusahaan katering itu.

Dalam penelitian ini penulis akan mengambil studi kasus di PT. My Meal Catering Surabaya yang merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa boga dan telah berdiri sejak tahun 2005 yang menggunakan bahan-bahan organik seperti beras organik, sayuran organik dan tidak menggunakan MSG. My Meal Catering menawarkan berbagai pelayanan makanan sehat untuk konsumen yang memerlukan kebutuhan khusus (diabetes, kolesterol, jantung, transplantasi ginjal, kanker, stroke, obesitas, *weight loss*), bayi, balita, anak-anak, ibu menyusui atau hamil dan lansia.

Selain itu yang membedakan My Meal Catering dengan katering lainnya adalah di My Meal Catering menyediakan ahli gizi yang selalu memantau makanan yang diasup oleh para pelanggan My Meal Catering, mereka ini yang akan memastikan pelanggan mendapatkan gizi yang sesuai, menjauhi pantangan dan memakan tiap porsi yang dihidangkan. Perkembangan kesehatan tiap pelanggan akan rutin diperiksa oleh ahli gizi setiap dua minggu sekali guna memastikan apakah konsumen disiplin dalam mengkonsumsi makanan atau tidak.

My Meal Catering juga memberi kebebasan pada tiap konsumennya untuk memilih menu yang mereka sukai dan bila konsumen ingin belajar memasak dengan menu masakan yang mereka sukai, My Meal Catering dengan senang hati membagi resep masakan dan mengajari mereka dengan mengadakan program singkat “ *cooking class*” gratis. Selain itu, My Meal Catering juga melayani outside catering, catering rumah sakit, catering perusahaan, catering untuk acara (seminar, demo masak, pesta dan lain-lain).

Berikut ini data jumlah konsumen pada PT. My Meal Catering Surabaya tiap bulannya di tahun 2018 :

Tabel 1.1
Jumlah Konsumen PT. My Meal Catering Surabaya tahun 2018

BULAN	JUMLAH KONSUMEN
Januari	25
Pebruari	29
Maret	27
April	32
Mei	24
Juni	24
Juli	28
Agustus	35
September	33
Oktober	33
Nopember	30
Desember	25

Sumber : PT. My Meal Catering Surabaya

Pada tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa PT. My Meal Catering Surabaya mengalami fluktuasi pendapatan setiap bulannya. Salah satu penyebab dari menurunnya jumlah konsumen pada katering tersebut adalah banyaknya katering sehat di kota Surabaya yang menjadi pesaing. Selain itu masalah yang ada di internal dan eksternal perusahaan tersebut turut mempengaruhi. Permasalahan yang ada antara lain, jumlah pengguna jasa

katering yang tidak menentu tiap bulannya, harga bahan baku yang terus naik menyebabkan harga jual ikut naik sehingga menyebabkan minat jasa pengguna katering menjadi berkurang. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alfredo D.S. dan Edward S.M. (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen D'Stupid Baker Surabaya. Selain itu kurangnya melakukan promosi yang sesuai perkembangan jaman seperti melakukan promosi lewat *facebook*, *twitter* dan *Instagram* juga menjadi masalah internal di perusahaan PT. My Meal Catering, karena selama ini PT. My Meal Catering hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan brosur yang disebar. Pentingnya promosi dalam pengambilan keputusan pembelian dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Gigih M.P. (2017) yang menyatakan bahwa promosi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian surat kabar harian Suara Merdeka.

Setelah melihat tabel dan permasalahan di atas dapat diketahui bahwa perkembangan usaha di PT. My Meal Catering ini masih dikatakan belum stabil karena masih banyak kekurangan seperti promosi, kualitas pelayanan dan penentuan harga yang perlu segera dibenahi agar perusahaan ini bisa meningkatkan pendapatannya dan mengembangkan usahanya ke depannya. Dari latar belakang yang sudah dijabarkan maka saya membuat penelitian dengan judul **Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian katering pada PT. My Meal Catering Surabaya.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merumuskan masalah yang dihadapi perusahaan mengenai :

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian catering pada perusahaan PT. My Meal Catering Surabaya ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian catering pada perusahaan PT. My Meal Catering Surabaya ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian catering pada perusahaan PT. My Meal Catering Surabaya ?
4. Apakah promosi, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian catering pada PT. My Meal Catering Surabaya?
5. Manakah yang paling dominan, di antara promosi, kualitas pelayanan atau harga yang berpengaruh dalam keputusan pembelian catering pada PT. My Meal Catering Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian catering pada perusahaan PT. My Meal Catering Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian catering pada PT. My Meal Catering Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian catering pada PT. My Meal Catering Surabaya

4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian catering pada PT. My Meal Catering Surabaya
5. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan di antara promosi, kualitas pelayanan atau harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian catering pada PT. My Meal Catering Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dan kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Aspek praktis

Manfaat nyata dari penelitian ini bagi obyek penelitian yaitu mengembangkan wawasan akademik dan pengetahuan dalam bidang kewirausahaan, khususnya mengenai pengembangan usaha

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Manfaat hasil dari penelitian ini bagi semua orang yang membutuhkan ilmu di bidang sejenis dan bagi penelitian selanjutnya

3. Aspek Akademis

Dapat dijadikan bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya atau kegiatan lain yang berkaitan, baik bagi perguruan tinggi, para akademisi dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.