

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring berkembangnya industri makanan di Kota Jambi, semakin banyak jenis varian yang dipilih oleh masyarakat Kota Jambi untuk disantap. Oleh karena itu, seorang pengusaha bisnis martabak harus dapat berinovasi dengan cara yang kreatif agar produknya dapat populer dan menguasai pasar. Kemajuan dan pertumbuhan pada sektor ini perlu dibantu dengan strategi pemasaran yang tepat. Salah satunya menggunakan strategi bauran pemasaran.

Bauran pemasaran merupakan konsep alat pemasaran untuk dapat mengembangkan strategi dengan terkendali yang dipadukan oleh perusahaan untuk dapat menarik konsumen yang sudah menjadi sasaran pasar. Sarana bauran pemasaran bisa dikelompokkan menjadi empat kelompok di sebut 4p pemasaran: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Jadi, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan elemen yang sangat penting untuk mengembangkan suatu perekonomian karena indikator indikator bauran pemasaran dapat membantu menjalankan suatu bisnis.

Faktor pertama adalah produk, yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian kualitas produk yang mereka terima.

Faktor kualitas produk juga penting dalam keputusan pembelian konsumen, karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang

diperoleh pembeli dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Adapun daftar pesaing Martabak di Kota Jambi dalam lima tahun terakhir dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.1
Daftar Pesaing Martabak di Kota Jambi

Nomor	Nama Martabak
1.	Martabak Roxy (Malabar)
2.	Martabak Muhajir
3.	Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi
4.	Martabak Terang Bulan
5.	Martabak Sinar Bangka

Sumber : Olah Data Tahun 2024

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa tingkat persaingan bisnis martabak di Kota Jambi cukup tinggi. Oleh karena itu, pihak pengelola usaha martabak di Kota Jambi harus menerapkan strategi bauran pemasaran yang tepat dalam menjalankan bisnis ini agar menguasai pasar di Kota Jambi.

Disini peneliti memilih objek penelitian yaitu Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi yang merupakan usaha *frenchise* martabak ternama di Jakarta. *Frenchise* Martabak Pacenongan 78 sudah berdiri pada tahun 1960 hingga sekarang dan memiliki lebih dari 400 outlet di Indonesia. Martabak Pacenongan 78 yang merupakan suatu usaha keluarga turun temurun dibidang industri makanan.

Keunggulan produk Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi dibandingkan dengan pesaingnya yang mana Martabak Pecenongan 78 ini dijuluki sebagai martabak sultan dan menjadi viral belakangan ini di tiktok. Berbeda dengan martabak lainnya Martabak Pecenongan 78 Memiliki ciri khas atau pun kelebihan yang mana martabak ini dilapisi dengan topping-nya yang melimpah dan ukuran

Loyang yang besar, sedangkan martabak lainnya terkadang ukurannya yang mini dan topping-nya minim, Martabak Pecenongan 78 memiliki banyak varian menu diantaranya martabak telur, manis, Manis Spesial, dan tipis kering. Dari menu martabak tersebut ada tiga pilihan ukuran yang ditawarkan martabak ini yaitu regular, wisman, dan spesial tebal wisman. Pelanggan atau konsumen sering membeli produk Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi dengan varian rasa yang unik dari cita rasa khas rempah-rempah India pada martabak telurnya. Dimana telur yang digunakan pada martabak ini ada pilihan telur ayam dan telur bebek dalam komposisi martabak yang akan dibuat sesuai pesanan pelanggan. Selain menjual martabak telur Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi juga menjual martabak manis dengan berbagai varian yang berbeda dengan martabak lain yaitu martabak pisang keju, martabak pisang keju coklat, martabak ovaltine, martabak green tea, martabak tiramisu, martabak *choco crunchy* dan lain sebagainya.

Berikut gambar dibawah adalah logo produk Martabak Pacenongan 78 :



Gambar 1.1
Logo Martabak Pacenongan 78

Martabak Pecenongan bukan hanya menyajikan kualitas rasa yang konsisten tetapi pemilih dari Martabak Pecenongan Nomor 78 juga melakukan eksperimen

dengan bahan bahan seperti coklat, green tea, dan lainnya. Dari dulu hingga sekarang, Martabak Pecenongan 78 fokus di menu martabak. Namun, kini mengikuti selera pasar dengan inovasi menu baru, seperti meluncurkan martabak Sultan yang super besar dan mewah. Terkenal dengan sebutan “Sultan” yakni karna toppingnya yang super tebal. Dari racikan bahan yang digunakan, memang tidak tanggung-tanggung dalam menyajikan bahan-bahan kualitas premium dalam adonannya. Dilihat dari bahan-bahan premiumnya, tentu sebanding dengan harga yang ditawarkan. Harga satu loyang Martabak Pecenongan versi manis dimulai dari harga Rp. 40.000 ribu hingga paling mahal martabak sultan dengan harga Rp. 160.000 ribu. Untuk martabak telur di mulai dari harga Rp. 55.000 ribu hingga Rp 100.000 ribu. Sedangkan untuk martabak tipker dijual dengan harga mulai dari Rp.35.000 ribu hingga Rp. 55.000 ribu.

Dibawah ini adalah daftar harga pada Martabak Pecenongan, sebagai berikut :



MARTABAK KLASIK	REGULER	WISMAN	SULTAN
POLOS	40.000	90.000	
COKLAT	55.000	105.000	
KACANG	55.000	105.000	
COKLAT KACANG	55.000	105.000	110.000
CKW (COKLAT KACANG WIJEN)	60.000	110.000	115.000
KEJU	65.000	115.000	150.000
COKLAT KEJU	70.000	120.000	145.000
KOMPLIT (KEJU COKLAT KACANG WIJEN)	75.000	125.000	150.000
½ KEJU ½ COKLAT KEJU	70.000	120.000	145.000
½ KEJU ½ KOMPLIT (KEJU COKLAT KACANG WIJEN)	75.000	125.000	150.000
½ KEJU ½ CKW (COKLAT KACANG WIJEN)	65.000	115.000	135.000
½ KEJU ½ COKLAT	60.000	110.000	130.000
½ COKLAT ½ COKLAT KEJU	65.000	115.000	135.000
NUTELLA	90.000	140.000	
NUTELLA KEJU	100.000	150.000	160.000
½ NUTELLA ½ KEJU	90.000	140.000	145.000
OVOMALTINE	95.000	145.000	-
OVOMALTINE KEJU	105.000	155.000	165.000
½ OVOMALTINE ½ KEJU	95.000	145.000	155.000
TOBLERONE	90.000	140.000	-
TOBLERONE KEJU	95.000	145.000	155.000
½ TOBLERONE ½ KEJU	90.000	140.000	150.000

MARTABAK PISANG	REGULER	WISMAN	SULTAN
PISANG KEJU	80.000	130.000	155.000
PISANG COKLAT KEJU	85.000	135.000	160.000

MARTABAK PANDAN	REGULER	WISMAN	SULTAN
PANDAN JAGUNG KEJU	70.000	120.000	150.000
PANDAN COKLAT KACANG WIJEN	60.000	110.000	135.000
PANDAN ½ KEJU ½ COKLAT	60.000	110.000	130.000
PANDAN KACANG WIJEN	60.000	110.000	115.000
PANDAN KEJU	65.000	115.000	145.000
PANDAN KEJU CAMPUR	75.000	125.000	150.000

Gambar 1.2
List Harga pada Menu Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa harga pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi terbilang mahal dikalangan menengah kebawah dibandingkan dengan martabak merek lain. Akan tetapi itu tidak membuat keinginan konsumen kelas menengah keatas untuk tidak membeli produk tersebut. Karena kualitas produk pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi berkualitas dibandingkan dengan produk-produk martabak lain.

Adapun jumlah pertahun konsumen yang melakukan pembelian pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi selama lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2
Jumlah Pertahun Konsumen pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Konsumen (Orang)	Perkembangan (%)
2019	14.641	-
2020	11.389	(22,21)
2021	13.035	14,45
2022	12.641	(3,02)
2023	14.722	16,46
Rata-rata	13.286	1,14

Sumber : Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas diketahui bahwa jumlah pertahun konsumen pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi dalam lima tahun terakhir mengalami fluktuasi, dengan rata-rata perkembangan sebesar 1,14%.

Adapun perkembangan penjualan pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi dalam lima tahun terakhir dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.3
Perkembangan Penjualan pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi
Tahun 2019-2023

Tahun	Penjualan (Rp)	Perkembangan (%)
2019	658.845.000	-
2020	479.975.000	(27,14)
2021	543.920.000	13,32
2022	492.683.000	(9,41)
2023	732.542.000	48,68
Rata-rata	581.593.000	5,09

Sumber : Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi Tahun 2024

Berdasarkan tabel 1.3 diatas diketahui bahwa perkembangan penjualan pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi Tahun 2019 sampai Tahun 2023 mengalami fluktuasi. Rata-rata penjualan terakhir yaitu Rp.581.593.000 dengan rata-rata perkembangan sebesar 5,09%.

Salah satu cara untuk mencapai penghasilan atau laba yang diinginkan maka perusahaan harus menetapkan kualitas produk dengan baik. Menurut Kotler dan Amstrong (2016:97) kualitas produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual kepasar sekaligus sebagai faktor penentu pelanggan dalam melakukan pembelian.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dimana penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Tingkat persaingan bisnis martabak di Kota Jambi cukup tinggi.
2. Jumlah pertahun konsumen pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi dalam lima tahun terakhir mengalami fluktuasi.
3. Perkembangan penjualan pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi Tahun 2019 sampai Tahun 2023 mengalami fluktuasi.
4. Kualitas produk menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah pokok dalam penulisan ini adalah :

1. Bagaimana kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi?

1.4 Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dapat penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Martabak Pacenongan 78 Mayang Jambi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis

1. Memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan serta tambahan pengalaman kepada penulis dalam penerapan sebagian kecil dari teori yang telah didapat ketika mengikuti perkuliahan dengan realita dilapangan tentang pemasaran.
2. Memberikan kontribusi berupa masukan bermanfaat untuk membantu perusahaan dalam mengambil tindakan atau langkah selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

Selain manfaat praktis yang telah dikemukakan diatas, penelitian ini juga memiliki manfaat teoritis yaitu dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian pada masa yang akan datang.