

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis dalam dunia ekonomi adalah sebuah perusahaan atau organisasi yang melakukan jual beli berupa barang ataupun jasa kepada para konsumen. Agar pebisnis bisa mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya, maka faktor penting yang harus diperhatikan adalah sikap dan tingkah laku konsumen (Arifin, 2017). Kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada perilaku konsumen, maka perusahaan harus memahaminya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Tjiptono, 2008).

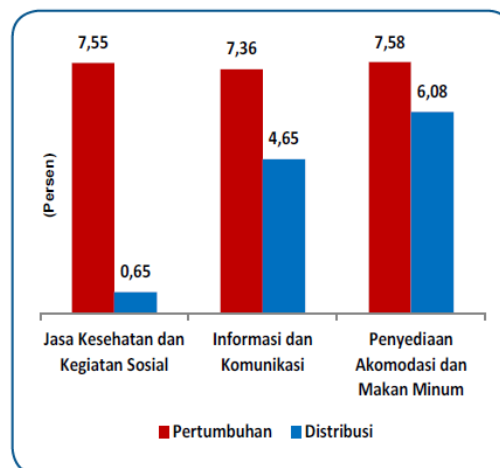
Bisnis saat ini mengalami perkembangan sangat pesat, hal itu terbukti banyak usaha baru bermunculan salah satunya bergerak di bidang kuliner (Linggar, 2018). Di Indonesia hampir setiap kota mengalami perkembangan kuliner, karena setiap kota memiliki masakan khas. Usaha kuliner saat ini berpedoman pada cita rasa khas masing-masing daerah. Dalam bisnis kuliner terdapat beberapa kesamaan seperti nama masakan atau jenisnya tetapi pasti memiliki ciri khas masakan berbeda-beda hal tersebut dapat menjadikan konsumen mengingat produk (Effendi, Rahadhini, & Suddin, 2017). Konsumen sebelum melakukan pembelian maka akan melakukan riset, di mana konsumen akan menggali informasi produknya sebelum melakukan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2007:25) keputusan pembelian merupakan kegiatan manusia mengenai pendekatan penyelesaian masalah untuk melakukan pembelian barang ataupun jasa agar dapat mencapai keputusan

untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kegiatan pembelian pada suatu barang ataupun jasa, konsumen akan menilai pada manfaat sebuah produk dan kepuasan yang sesuai keinginan (Ariska, 2018). Dilihat dari kegiatan pembelian konsumen maka pengusaha bisnis kuliner harus semakin berinovasi dan mampu membuat strategi yang baik dan tepat untuk memenangkan bisnisnya di tengah persaingan.

Badan Pusat Statistik 2020, ekonomi Jawa Timur 2019 meningkat 5,52%. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi terjadi pada Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 7,58%, diikuti jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial sebesar 7,75%.

Grafik 1
Pertumbuhan dan Distribusi
Beberapa Lapangan Usaha Tahun 2019
(Persen)



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Ekonomi Jawa Timur 2019

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur

Pada Triwulan IV-2019 ekonomi Jawa Timur dibandingkan Triwulan IV-2018 tumbuh sebesar 5,54%. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi

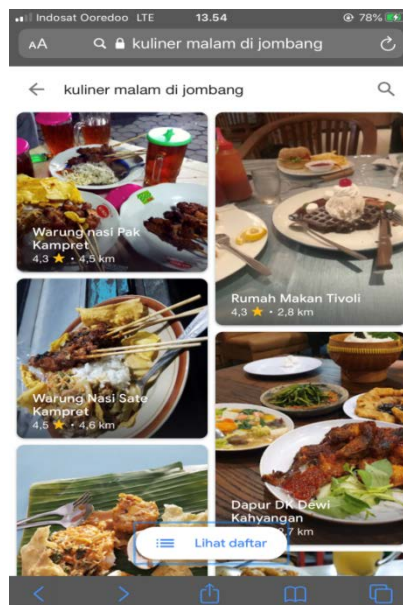
terjadi pada Lapangan Usaha Jasa Pendidikan sebesar 8,56%, diikuti Lapangan Usaha Informasi dan Komunikasi sebesar 8,39%, serta Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 8,04%.

Di Indonesia terdapat banyak daerah yang memiliki berbagai macam ciri khas rasa yang berbeda-beda. Salah satunya daerah Jawa Timur, yaitu mempunyai ciri khas rasa pedas. Terdapat banyak macam menu makanan bercita rasa pedas, sehingga kuliner cita rasa pedas menjadi makanan yang digemari banyak masyarakat. Makanan yang memiliki cita rasa pedas bagi konsumen lebih menarik dan memiliki kenikmatan tersendiri (Linggar, 2018). Saat ini banyak bermunculan bisnis kuliner baru yang menyediakan menu makanan dengan rasa pedas. Tidak hanya bisnis baru, usaha kuliner yang sudah lama juga mengikuti *trend* tersebut dengan menyediakan menu rasa pedas.

Jombang salah satunya kota yang memiliki perkembangan bisnis kuliner yang cukup pesat mulai dari jenis rumah makan maupun restoran (Nurmayanti, 2020). Bagi pelaku bisnis kuliner dapat meraup keuntungan yang cukup banyak dan tidak akan gulung tikar apabila dapat menentukan dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat (Panjaitan & Cahyaningrum, 2018). Bisnis kuliner ini dapat dilakukan oleh siapapun baik itu ibu rumah tangga, karyawan, PNS, ataupun profesi lainnya.

Dari berbagai kuliner makanan yang bermunculan, kuliner pedas di kota Jombang juga sedang marak. Masyarakat Jombang yang berminat makanan pedas cukup banyak mulai dari kalangan remaja sampai dewasa. Di

Jombang terdapat beberapa warung, rumah makan, kedai dan yang menjual makanan pedas. Salah satunya kuliner pedas di Jombang yaitu Sate Kampret. Sate Kampret juga memiliki beberapa pesaing yang sejenis antara lain Kikil Bu Tandur, Kikil Warung Abang, Mbok Semah, Pecel Pincuk Bu Djiyah, dan Rawon Rosobo. Dari beberapa pesaing Sate Kampret tidak semua jam bukanya sama ada yang mulai pagi, sore, dan malam.



Gambar 1.2 Kuliner Malam di Jombang

Sumber: (Google, 2020)

Sate Kampret merupakan bisnis kuliner di Jombang yang buka malam hari. Sate Kampret ini merupakan usaha keluarga yang turun-temurun sampai saat ini sudah generasi ketiga. Sate Kampret memiliki ciri khas dengan menu rasa pedas. Keberadaan Sate Kampret ini di dalam pasar yang di kelilingi kios-kios pedagang sayur tepatnya di Jl. Seroja (belakang Pasar Citra Niaga) Jombang. Sate Kampret berdiri sejak tahun 1995 sampai saat ini. Awal mula warung Sate Kampret hanya menyediakan menu ayam panggang, seiring

berjalannya waktu muncul inovasi dengan membuat menu baru yaitu Sate Kampret dengan ciri khas rasa pedas.

Asal mula nama Kampret adalah nama pemilik asli sesuai KTP yaitu Jumain Kampret. Beliau sudah meninggal sejak tahun 2016. Nama asli dari warung ini yaitu Warung Jula-Juli Pak Kampret. Jula-Juli sendiri diambil dari nama kesenian ludruk, yang merupakan hobi dari sang pemilik. Seiring berjalannya waktu mulai banyak konsumen yang suka dengan produk Sate Kampret. Rasa suka konsumen tersebut pada akhirnya memberikan julukan baru pada warung tersebut yaitu Sate Kampret. Karena dari nama Sate Kampret tersebut menurut konsumen lebih mudah diingat dan namanya unik, sehingga membuat konsumen lain penasaran untuk mencoba.

Kampret sendiri apabila diartikan yaitu kelelawar. Kelelawar yang hidupnya malam hari sesuai dengan buka warungnya ini mulai malam hari. Buka malam hari bukan berarti sama dengan kehidupan kelelawar melainkan dari pemiliknya dahulu merupakan orang kesenian ludruk yang sudah terbiasa kerja di malam hari. Usaha ini akhirnya dari awal berdiri juga buka malam hari. Warung tersebut tidak hanya menyediakan menu Sate Kampret saja melainkan ada beberapa pilihan sayur sebagai penambah varian menu makan konsumen saat menikmati hidangan. Berikut ini beberapa menu yang ada di Sate Kampret:

Tabel 1.1
Daftar Menu Makan dan Minum Warung Sate Kampret

Menu Makan	Menu Minum
Pecel	Es Jeruk/Hangat
Lodeh	Es Teh/Hangat
Kare Ayam	Es Nutrisari/Hangat
Urap-Urap	Kopi
Rawon	Air Mineral
Empal dan paru goreng	Wedang Jahe

Sumber: Sate Kampret, 2020

Menurut Tabel 1.1 terdapat pilihan menu bervariasi di Sate Kampret, tidak semua menu rasanya pedas ada yang sedang ada pula yang tidak. Untuk varian sayur semua cocok apabila dimakan dengan Sate Kampret. Setiap konsumen saat menikmati Sate Kampret memiliki selera yang berbeda-beda dalam memadukan sayurannya.



Gambar 1.3 Pelanggan Sate Kampret dari Surabaya

Sumber: (Dokumentasi, 2020)

Konsumen Sate Kampret sendiri tidak hanya masyarakat berdomisili Jombang melainkan juga banyak dari luar kota. Seperti Surabaya, Kediri, Mojokerto, Nganjuk, Tulungagung, Pasuruan dan Lamongan. Perkembangan

Sate Kampret dari awal sampai generasi ketiga ini dibidang cukup pesat. Karena dari konsumen yang datang apabila merasa cocok maka akan merekomendasikan kepada kerabat, teman maupun keluarga.

Tabel 1.2
Data Penjualan Sate Kampret

Bulan/Tahun	2018	2019	2020
Juni	5.460 porsi	6.720	7.560
Juli	5.880 porsi	7.140	7.560
Agustus	6.300 porsi	7.140	7.980

Sumber: Sate Kampret, 2020

Penjualan Sate Kampret semakin hari meningkat. Konsumen Sate Kampret mulai dari kalangan remaja sampai lansia. Dari banyaknya konsumen Sate Kampret memiliki penilaian dan alasan tersendiri untuk membeli. Keunikan nama Sate Kampret membuat konsumen pemula penasaran untuk mencoba. Tidak cukup kalau hanya sekedar informasi dari keluarga, teman, maupun kerabat, pastinya konsumen langsung ingin mencoba.

“...sate iki aneh Sate Kampret. Sate opo iku? Sate daging sapi. Piye? Perasaanku gak pernah kan mangan sate daging sapi. Yowes ayo nyoba...” (Anggi, 2020).

Rasa pedas khas Sate Kampret ini juga merupakan alasan utama konsumen. Tidak hanya rasa pedas, dari tekstur satenya yang empuk dan khas karena jarang sekali ada sate daging sapi.

“Yo tekok rasane, terus pas pertama kali tak jajal iku dekne tekok pedese legine iku pas ngunu lo.” (Dian, 2020).

“...terus setelah itu hampir gak tau tak temui sate terbuat dari daging sapi kan enak rasane iku biasane kan atos nek gak bener-bener pinter ngolah...” (Anggi, 2020).

Situasi di malam hari dan lokasi yang tersembunyi di tengah kios-kios pasar merupakan faktor yang sangat mendukung konsumen untuk menikmati Sate Kampret. Konsumen pemula yang berdatangan harus sabar mengantri, ini salah satu hal yang lebih menjadikan penasaran konsumen seberapa enak Sate Kampret sampai antrinya cukup panjang. Meskipun antri panjang, konsumen merasa senang karena tidak peduli itu teman ataupun orang lain tetap antriannya tertib sesuai urutan.

“Lokasinya sih sebenarnya support untuk sate ini. Maksudnya begini seandainya pindah lokasi baguspun eh...jadi tidak semenarik lokasi yang tersembunyi itu gitu loh...” (Hendra, 2020).
“...tetep gak bedak-bedakno endi konco endi nganu yo tetep antri sesuai urutane.” (Anggi, 2020).

Pelayanan di Sate Kampret ini juga merupakan faktor pendukung yang menjadikan konsumen merasa diprioritaskan. Penjual Sate Kampret bersifat *familiar*, sehingga terjadinya konsumen dan penjual dapat menjadi lebih akrab, nyaman, dan senang.

“...komunikasi antar penjual dan pembeli ehh juga apa namanya? Ada harmonisnya gitu. Tidak sekedar berjualan tidak sekedar berlangganan. Jadi kayak ada keterikatan saudara.” (Hendra, 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai alasan konsumen datang ke Sate Kampret, sehingga penulis melakukan penelitian dengan judul **“Misteri Sate Kampret (Studi Kasus Pada Warung Sate Kampret)”**.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penelitian ini berfokus pada alasan konsumen untuk membeli sate di warung Sate Kampret.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang perlu dibahas dipenelitian ini yaitu “Mengapa membeli sate di warung Sate Kampret?”

1.4 Batasan Masalah

Pada penelitian ini masalah dibatasi yaitu untuk mengetahui alasan konsumen datang ke warung Sate Kampret.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menganalisa alasan konsumen datang ke warung Sate Kampret.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Untuk mengembangkan dan menambah khasanah pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Sebagai penambah informasi dan wawasan bagi pebisnis khususnya di bidang kuliner guna untuk mengembangkan dan mengelola bisnis di tengah persaingan yang ketat.