

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

Strategi pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang ataupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu:

- a. Produksi, proses pembuatan barang atau jasa. Ini merupakan dasar dari penciptaan nilai.
- b. Pemasaran, upaya untuk memasarkan dan mempromosikan produk. ini menciptakan permintaan dan menentukan harga jual.
- c. Konsumsi, penggunaan barang atau jasa oleh konsumen. Ini merepresentasikan nilai akhir yang diterima konsumen.

Dalam hal ini, pemasaran menjadi bagian yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

Menurut Kurtz (2008) Strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan

membangun kombinasi elemen dari marketing mix: produk, distribusi, promosi dan harga. (Dr. Marissa Grace Haque, Juni 2022)

Tiruwa, Yadav dan Suri (2018) Mendefinisikan minat beli (*purchase intention*) sebagai *what we think will buy*. Oleh karena itu, minat beli dapat menjadi ukuran kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa dimana semakin kuat minat beli maka semakin besar keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Minat beli muncul ketika seseorang telah mendapatkan informasi yang cukup mengenai produk yang di inginkan dan memiliki kecenderungan untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli merujuk pada kemungkinan individu untuk mendapatkan produk tertentu dan juga merupakan aspek penting dalam menilai perilaku konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2020) Mengatakan bahwa minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk. Konsumen membentuk preferensi di antar banyak merek pilihan yang mungkin akan menimbulkan minat beli terhadap merek yang paling disukai.

Minat beli *online* atau yang dikenal sebagai *online purchase intention*, merujuk pada keadaan dimana konsumen memiliki kesediaan dan minat untuk melakukan transaksi pembelian melalui platform *online*. *Online purchase intention* juga mencakup keinginan konsumen untuk membina hubungan online dan melakukan transaksi dengan pengecer online. Proses transaksi online

melibatkan tiga tahap, yaitu mencari informasi, menstrasfer informasi dan akhirnya melakukan pembelian produk. (Wardhana, A. Agustus 2024)

Keanekaragaman kebutuhan masyarakat terutama dalam hal makanan. Di Indonesia mempunyai banyak sekali keanekaragaman makanan, dan setiap daerah mempunyai karakteristik tersendiri, dilihat dari sosial budaya, tingkah laku atau dari segi kebiasaan. Semua itu dipengaruhi oleh keadaan lingkungan, tempat tinggal, iklan atau tingkat penghasilan yang berbeda-beda.

Masyarakat Indonesia semakin kreatif dan inovatif dalam membuat resep baru untuk meningkatkan kebutuhan pangan sehari-hari, disamping itu juga kreatif dalam membuat jajanan daerah. Jajanan kali ini menurut kaum muda banyak digemari, selain itu pula dengan rasa yang khas dari daerah jawa barat di kota bandung yang sudah tidak asing lagi didengar atau dirasa oleh masyarakat yang mayoritas menyukai jajanan dengan rasa pedas yaitu “Seblak”.

Seblak adalah merupakan makanan Khas yang berasal dari daerah jawa barat yang mempunyai citarasa yang pedas dan berbahan dasar kerupuk, kemudian diolah menjadi jajanan basah sehingga makanan ini lebih dirasa jajanan yang mampu mengingatkan kampung halaman bagi mereka yang berasal dari jawa barat atau masyarakat yang sudah tau tentang seblak.

Kota Lhokseumawe adalah sebuah kota yang memiliki letak tempat yang strategis dan penduduk yang cukup banyak dikarenakan terdapat banyak desa dan lembaga pendidikan, serta lembaga lainnya seperti kantor, rumah makan. Cafe, pedagang makanan, toko pakaian, toko bangunan, toko kelontong, bengkel, salon, supermarket, pasar dan masih banyak pemandangan serta tempat-tempat sejarah bahkan tempat wisata yang membuat Kota Lhokseumawe ini menjadi incaran

pengunjung baik penduduk setempat maupun wisatawan yang datang berkenjung baik itu pelaku bisnis maupun bukan dan hal lainnya yang dapat dikunjungi di Kota ini adalah kulineranya.

Dikarenakan Kota Lhokseumawe ini sangat terkenal akan makanan kuliner dimana tak sedikit dapat kita temui berbagai jajanan makanan baik khas maupun yang kekinian dan disaat ini perkembangan bisnis di Kota Lhokseumawe sangatlah pesat dibidang kuliner dimana para remaja Kota Lhokseumawe banyak menjalankan bisnis kuliner baik itu jenis makanan maupun minuman yang sesuai dengan bakat dan kemampuannya serta penilaian mengenai gaya hidup atas sasaran bisnisnya dan saat ini banyak para pebisnis mengatakan bahwa bisnis yang dilakukannya sesuai dengan perkembangan zaman maka omzetnya akan naik meningkatkan dan berharap bisnis yang dijalankan dapat terus berkembang hingga bercabang banyak, dan tak hanya itu pebisnis juga selalu harus memikirkan kualitas dan juga kuantitas dari bisnis yang dijalankannya.

Usaha yang dilakukan pastinya memerlukan cara untuk menarik minat pelanggan untuk datang dan mencoba maka dari itu perlu diadakan pemasaran yang konsisten pemasaran tersebut dilakukan dengan kegiatan promosi, yaitu salah satu cara yang penting untuk melakukan persaingan dengan tidak hanya didasarkan pada harga namun juga kualitas rasa. Suatu usaha promosi penjualan jika dilakukan dengan baik, akan dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen menggunakan pendapatnya.

Seblak, kuliner khas jawa barat yang terkenal dengan cita rasa pedasnya, telah mengalami transformasi dan inovasi yang signifikan dalam beberapa tahun

terakhir. Salah satu yang menarik dan mencuri perhatian penikmat kuliner pedas di lhokseumawe adalah “Seblak Ngunyah Ajaa”.

Pemilik Seblak Ngunyah Ajaa menggunakan Strategi Komunikasi langsung dengan pelanggan dan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan usahanya. Hal ini menunjukkan pentingnya interaksi secara langsung dan pemasaran digital dalam bisnis kuliner saat ini.

Seblak Ngunyah Ajaa membedakan dirinya dengan sensasi mengunyah kerupuk yang lembut dan unik, yang memberikan pengalaman kuliner yang berbeda dari kompetitor lain. Ini pentingnya inovasi dan deferensiasi produk untuk menarik pelanggan. Seblak Ngunyah Ajaa terletak di Jln. Medan-Banda Aceh Blang Pulo, Seblak Ngunyah Ajaa buka dari jam 11.00 sampai 23.00 WIB.

Seblak Ngunyah Ajaa memiliki target utama adalah mahasiswa dengan mencantumkan harga yang ekonomis baik dikantong mahasiswa maupun masyarakat, dan dalam hal memperhatikan kepuasaan pelanggan Seblak Ngunyah Ajaa juga menerapkan adanya pengantaran *delivery* untuk pemesanan *online* yang merupakan sebuah proses pelayanan praktis bagi pelanggan dan juga merupakan salah satu strategi untuk pengembangan bisnis yang dijalankannya. Seblak Ngunyah Ajaa mempromosikan bisnis ini melalui media sosial dan telah memiliki akun Instagram dan TikTok yang didalamnya terdapat postingan tampilan bebagai varian menu seblak dan minuman yang di produksi, namun juga ada iklan *story* di Instagram *feedback* dari pelanggan yang merasa senang.

Media sosial terbukti sangat signifikan dalam meningkatkan popularitas Seblak Ngunyah Ajaa. Video pelanggan yang menikmati Seblak di media sosial

membantu meningkatkan citra dan menarik pelanggan baru, Seblak Ngunyah Ajaa memanfaatkan media sosial sebagai pemasaran yang efektif.

Komunikasi yang baik dengan pelanggan membantu pemilik usaha mengetahui jika ada masalah dengan produk dan dapat menyesuaikan sesuai dengan selera pelanggan, ini dapat mempertahankan hubungan baik dan mendengarkan *feedback* dari pelanggan.(wawancara peneliti, 24 April 2025, 12.00)

**Tabel 1. 1**  
**Daftar Menu Seblak Ngunyah Ajaa Paketan**

No.	Seblak	Harga
1.	Seblak Lengkap	15K
2.	Seblak Spesial	15K
3.	Seblak Komplit	20K
4.	Seblak Mix Komplit	25K
Minuman		
1.	Es Kosong	1K
2.	Mineral	4K
3.	Fruit Tea	5K
4.	Teh Botol	5K
5.	Teh Pucuk	5K
5.	Nutrisari	5K
6.	Milo	5K
7.	Capucino	5K
8.	Beng-beng	5K
9.	Creamy Latte	5K

Sumber : Seblak Ngunyah Ajaa 30 April 2025

Pada tampilan suasana dan tata letak tempat yang dikenal dengan nama Seblak Ngunyah Ajaa memiliki tata letak yang rapi dimulai dari penyusunan penempatan menu Seblak, letak meja di sertai kipas angin yang mampu membuat pelanggan nyaman namun, Seblak Ngunyah Ajaa memiliki karyawan sebanyak sepuluh orang yang masing-masing bekerja sesuai bidang yang telah ditentukan dan bergantian shif sesuai jadwal kerja yang telah ditentukan.



Sumber : Instagram Seblak Ngunyah Ajaa

### **Gambar 1. 1 Seblak Ngunyah Ajaa**

Bisnis kuliner Seblak Ngunyah Ajaa menghadapi tantangan operasional yang signifikan, termasuk kurangnya promosi yang efektif dan minimnya inovasi dalam menu, yang menyebabkan penurunan minat pelanggan. Kondisi ini diperburuk oleh absennya evaluasi kinerja yang sistematis, sehingga sulit mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Akibatnya, alokasi sumber daya menjadi tidak optimal, yang semakin memperburuk situasi operasional. Secara keseluruhan, permasalahan di bidang operasional, pemasaran, dan manajemen sumber daya ini berpotensi menurunkan reputasi bisnis, membatasi

daya saing di pasar kuliner yang kompetitif, dan bahkan mengancam keberlangsungan usaha Seblak Ngunyah Ajaa.

Meskipun terkendala oleh jumlah karyawan yang terbatas, bisnis ini telah menerapkan berbagai strategi, mulai dari komunikasi dan promosi hingga inovasi menu, proses produksi untuk menjaga kualitas rasa, dan peningkatan layanan, dengan tujuan mencapai keberhasilan operasional.

Sebagai pebisnis, penting untuk memahami faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis, termasuk peluang untuk mengantisipasi persaingan melalui strategi seperti penambahan menu kreatif, pemahaman mendalam tentang pelayanan di lokasi bisnis, dan pemanfaatan media sosial untuk pertumbuhan yang lebih cepat.

Dengan adanya permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan pada Seblak Ngunyah Ajaa serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen.

Dengan adanya permasalahan tersebut, peneliti memilih Seblak Ngunyah Ajaa sebagai lokasi studi untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Seblak Ngunyah Ajaa serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi Pemasaran apa yang diterapkan oleh Seblak Ngunyah Ajaa dalam meningkatkan minat beli pelanggan?
2. Faktor apa yang mempengaruhi minat beli pada Seblak Ngunyah Ajaa?

### **1.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut :

Penelitian ini hanya berfokus pada strategi pemasaran dan faktor yang mempengaruhi minat beli pelanggan pada Seblak Ngunyah Ajaa

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Seblak Ngunyah Ajaa dalam meningkatkan minat beli pelanggan.
2. Untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi minat beli Seblak Ngunyah Ajaa.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

1. Untuk menambah wawasan, pengetahuan dan suatu pemahaman dalam berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah dan diterima kedalam penelitian yang sebenarnya.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah referensi bagi penelitian selanjutnya dalam menggambarkan dan mendeskripsikan suatu permasalahan.

#### **b. Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengimplementasikan teori-teori Strategi Pemasaran Seblak Ngunyah Ajaa Dalam Meningkatkan Minat Beli Pelanggan.

2. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pengembangan bisnis Kuliner Seblak Ngunyah Ajaa dengan strategi yang sudah dijelaskan.