

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia memiliki keanekaragaman makanan tradisional, dalam kehidupan sehari-hari makanan menjadi kebutuhan primer bagi manusia. Makanan pun bisa menjadi media untuk menyampaikan terimakasih, ritual upacara, untuk mencirikan suatu daerah. Indonesia memiliki berbagai jenis masakan, minuman, kudapan dari berbagai daerah di Indonesia. Makanan khas daerah merupakan aset wisata bagi suatu daerah dan mempunyai peranan penting sebagai daya tarik wisatawan dan kekayaan bangsa di bidang kuliner.

Yogyakarta merupakan kota budaya dan pariwisata. Yogyakarta memiliki keunikan tersendiri jika dibandingkan dengan kota-kota lain di Indonesia. Banyaknya kuliner menjadi alasan bagi orang banyak untuk memilih kota ini sebagai tempat tinggal dan mencari ilmu. Tidak heran jika banyak ditemui anak muda yang merantau ke Yogyakarta untuk mencari ilmu. Banyaknya pelajar dan mahasiswa tersebut menjadikan kesempatan besar yang digunakan oleh pebisnis kuliner untuk mengembangkan bisnisnya dengan membuat usaha kuliner yang baru atau unik. Adanya trend kuliner sebagai gaya hidup pelajar dan mahasiswa, trend ibu bekerja yang membuat keputusan konsumen untuk mencari kemudahan pemenuhan kebutuhan makan bertujuan mencari kepraktisan, trend makanan daerah yang dapat menggerakkan konsumen untuk ingin merasakan citarasa jaman dahulu. Trend tersebut menjadi peluang yang sangat baik bagi pebisnis kuliner untuk membuka bisnis kuliner.

Tidak mudah untuk membuat bisnis kuliner bertahan di pasaran. Banyaknya jenis kuliner baru yang muncul, jenis pemasaran yang semakin berkembang seperti iklan iklan yang membuat produsen kuliner saling bersaing untuk mempertahankan bisnis kulinernya. Semakin maraknya persaingan (competitor) dalam bisnis kuliner saat ini menandakan bahwa keinginan masyarakat akan kuliner meningkat tinggi. Bisnis kuliner saling berlomba menampilkan kelebihan dan keunikan. Persaingan ini memaksa pebisnis kuliner untuk berinovasi agar bisnis kulinernya tidak kalah saing dengan pembisnis kuliner baru yang memperkenalkan kuliner-kuliner yang unik.

Para pengusaha di bidang kuliner berlomba-lomba bersaing menciptakan sesuatu yang berbeda dan menarik bagi bisnis kuliner yang di tekuni agar dapat mempertahankan produk yang di jual. Hal tersebut memicu berbagai macam persaingan dimulai dari segi harga, jenis hidangan, cita rasa, kualitas, maupun konsep tempat yang dihadirkan. Salah satu tempat usaha kuliner di kota Yogyakarta tepatnya di daerah Kotagede terdapat salah satu tempat usaha kuliner yang masih tetap berdiri dan tidak di tinggalkan oleh konsumennya sejak tahun 1950 yaitu sate sapi Pak Prpto.

Sate sapi Pak Prpto di Kotagede Yogyakarta banyak di kunjungi oleh masyarakat dari dalam kota hingga luar kota Yogyakarta, meskipun kota Yogyakarta memiliki banyak tempat makanan tradisional yang banyak di gemari oleh wisatawan atau masyarakat sekitar namun sate sapi Pak Prpto tidak pernah sepi pengunjung setiap harinya. Menu yang di miliki di sate sapi Pak Prpto adalah sate sapi dengan lontong sayur dengan hanya memiliki satu produk yang di

jual namun tetap bisa bertahan hingga saat ini dan konsumen yang berkunjung tetap banyak.

Hasil observasi yang dilakukan menemukan bahwa penjualan sate sapi Pak Prpto terlihat selalu ramai pengunjung setiap harinya terutama pada hari-hari libur. Pemilik sate sapi menjelaskan jika pelanggan di warung tersebut mayoritas adalah pendatang yang sedang berkuliner di kota pelajar ini. Ditinjau dari segi harga, harga sate sapi lebih mahal karena satu porsi yang terdiri 8 tusuk dibanderol dengan harga Rp. 32.000 dengan lontong lontong sayur. Akan tetapi masih terdapat beberapa fasilitas belum tersedia seperti lahan parkir yang kurang luas, daftar harga yang tidak tersedia, minimnya jumlah pelayan sehingga menghambat pelayanan pada saat konsumen datang. Ditinjau dari segi rasa beberapa konsumen menyatakan enak karena berbeda dengan sate pada umumnya, akan tetapi kadang pembakaran sate kurang sempurna sehingga masih terdapat beberapa bagian yang tidak empuk (*alot*) untuk di makan. Profil usaha sangatlah menunjang kualitas usaha dari berbagai segi yang harus di perhatikan yaitu kualitas produk, jumlah pelayan, fasilitas agar dapat memberi kenyamanan pada konsumen.

Motivasi emosional menunjukkan kepada konsumen yang membeli berdasarkan kriteria yang subjektif seperti misalnya pembelian yang di lakukan dengan rasa senang, peranan merk maupun kenyamanan.. Konsumen yang membeli produk berdasarkan motivasi emosional mendasarkan keputusan pada kriteria subjektif dan factor-faktor internal yang ada di dalam dirinya.

Menjaga konsumen tetap termotivasi secara rasional maupun emosional untuk membeli produk sate Pak Prpto sangatlah penting, dengan terdapat kekurangan yang ada namun tidak pernah sepi pengunjung maka faktor dorongan atau motivasi apa yang menggerakkan konsumen berkunjung di sate sapi Pak Prpto di Kotagede Yogyakarta. Setelah konsumen termotivasi untuk memenuhi kebutuhan, kemudian menilai produk yang ia inginkan dengan persepsi dan pembelajaran tahap selanjutnya yang sangat menentukan adalah sikap. Menurut Robbins (2006) sikap adalah pernyataan-pernyataan atau penilaian evaluatif berkaitan dengan objek, orang atau suatu peristiwa. Memerhatikan sikap konsumen sangat penting bagi perusahaan karena sikap mempengaruhi proses pembelajaran yang akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Motivasi Pembelian Produk Sate Sapi Pak Prpto di Kotagede Yogyakarta”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Beragamnya makanan tradisional di Indonesia, namun belum di optimalkan keberadaannya
2. Maraknya makanan tradisional yang masih bertahan namun tidak mengikuti pemasaran yang sedang berkembang seperti iklan-iklan yang beragam, dengan tujuan menarik konsumen.
3. Segi harga di sate sapi Pak Prpto di Kotagede Yogyakarta tergolong mahal namun tetap ramai pengunjung.

4. Sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta tempat dan lahan parkir yang terbatas.
5. Belum di sediakannya daftar harga yang dapat mempermudah konsumen untuk mengetahui harga dan porsi di sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta
6. Minimnya jumlah pelayan di sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta.
7. Belum di ketahui dorongan atau motivasi konsumen berkunjung di sate sapi Pak Prapto di kotagede Yogyakarta .

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan perlu adanya pembatasan masalah, agar permasalahan yang di bahas tidak terlalu meluas. Hal ini bertujuan untuk memperjelas fokus permasalahan dalam penelitian dikarenakan keterbatasan waktu. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui profil konsumen, motivasi atau dorongan konsumen yang berkunjung di sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta dan hanya terfokuskan pada motivasi rasional dan motivasi emosional pembelian produk sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta.

### **D. Rumusan Masalah**

Dari identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakan profil usaha sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta ?

2. Bagaimanakah motivasi rasional pembelian sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta?
3. Bagaimanakah motivasi emosional pembelian sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta?
4. Adakah perbedaan yang signifikan antara motivasi rasional dan motivasi emosional pembelian sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah yang ada, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui profil usaha sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui motivasi rasional pembelian produk sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui motivasi emosional pembelian sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui perbedaan yang signifikan antara motivasi rasional dan motivasi emosional pembelian sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta.

#### **C. Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian tentang motivasi pembelian produk sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta, penulis mengharapkan terdapat manfaat sebagai berikut :

### 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai motivasi pembelian produk sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta.

### 2. Bagi Industri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan saran bagi pemilik sate sapi Pak Prapto tentang motivasi pembelian produk sate sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta, sehingga di masa yang akan datang industri dapat menentukan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih menguntungkan sehingga dapat membentuk persepsi yang positif dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan setiap tahunnya.

### 3. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi pustaka sehingga dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian sejenis.