

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permintaan dan penawaran merupakan dua aktivitas yang mendasari kegiatan perekonomian. Permintaan dan penawaran juga merupakan dua kata yang paling sering digunakan oleh para ekonom, keduanya merupakan kekuatan-kekuatan yang membuat perekonomian pasar bekerja (Fattach, 2017). Sedangkan mekanisme pasar itu sendiri adalah interaksi yang terjadi antara permintaan (demand) dari sisi konsumen dan penawaran dalam mempengaruhi pasar (supply) dari sisi produsen, sehingga harga yang diciptakan merupakan perpaduan dari kekuatan masing-masing pihak tersebut sehingga perilaku permintaan dan penawaran merupakan konsep dasar dari kegiatan bisnis (Kasdi, 2016).

Dilihat dari segi permintaan dalam kehidupan sehari-hari, manusia sebagai konsumen selalu melakukan berbagai permintaan barang dan jasa yang dibutuhkan. Permintaan yang dilakukan oleh konsumen adalah cara untuk memperoleh kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Tentu saja dalam melakukan permintaan, konsumen harus menyesuaikan permintaan yang dilakukan dengan pendapatan yang diperoleh. Jika pendapatan tinggi maka permintaan dapat dilakukan dalam jumlah yang besar, dan sebaliknya, pendapatan rendah maka permintaan yang dapat dilakukan jumlahnya kecil.

Selain pendapatan, harga pun sangat mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang atau jasa. Semakin mahal harga suatu barang atau jasa, konsumen akan mengurangi konsumsi barang atau jasa tersebut atau beralih mencari barang

atau jasa yang sama meskipun dilihat dari pendapatannya, konsumen masih mampu membeli barang atau jasa tersebut dan sebaliknya, semakin murah harga barang atau jasa, konsumen akan loyal dalam mengkonsumsi barang atau jasa itu dan tidak akan mencari barang atau jasa yang lain. Melakukan permintaan akan barang-barang yang memiliki unsur spekulasi dan barang-barang prestise mungkin baik untuk masa depan dan gengsi, tetapi sebaiknya disesuaikan dengan pendapatan yang tersedia, sehingga masih dapat melakukan permintaan untuk barang-barang yang lebih penting lagi dalam kehidupan sehari-hari. Untuk memenuhi kebutuhan hidup terkadang permintaan yang diminta oleh kosumen tidak sebanding dengan pendapatan yang dimiliki.

Menurut Yuwana (2010) mengungkapkan bahwa harga suatu barang atau jasa mencerminkan seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan suatu individu untuk memperoleh utilitas pada suatu barang atau jasa. Semakin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, jika makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Tingkat Pendapatan konsumen mencerminkan seberapa besar penghasilan yang diterima individu pada tiap bulannya, semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka akan semakin tinggi keinginan untuk melakukan kegiatan konsumsi barang dan jasa dikarenakan kecenderungan seseorang dengan pendapatan tinggi yang bekerja dengan jam kerja yang juga tinggi akan memanfaatkan waktu senggang (*Leisure Time*) dengan melakukan kegiatan sekaligus hobi.

Proses pembangunan ekonomi diberbagai bidang pada hakekatnya adalah untukmeningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Proses perubahan struktural perekonomian seperti perluasan kesempatan kerja, dan pengurangan tingkat kemiskinan merupakan sasaran pokok pembangunan yang hendak dicapai guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karenanya sangat berkaitan antara pembangunan di suatu sektor dengan sektor lain dan merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan(Budiarto dan Purwanti, 2013). Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan semakin banyaknya usaha-usaha yang berkembang. Perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan yang tumbuh dan berkembang di Indonesia.

Peluang membuka usaha di indonesia sangat tinggi, mengingat permintaan masyarakat yang sangat tinggi dan beranekaragam. Salah satu usaha yang dapat dijadikan sebagai sebuah alternatif usaha antara lain usaha di bidang makanan. Usaha di bidang makanan merupakan usaha yang sangat mudah. Untuk mengembangkan usaha ini tidak begitu banyak kendala karena semua orang butuh makanan untuk dikonsumsi setiap harinya.

Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin pesat , tidak hanya berpengaruh pada sektor pendidikan dan sektor ekonomi tetapi budaya juga ikut berpengaruh. Perubahan kebudayaan juga tidak dapat dihindari, salah satu perubahan budaya yang terjadi adalah makanan siap saji yang sebelumnya di Indonesia belum ada , akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman makanan siap saji banyak dijual di Indonesia.

Fenomena yang berkembang dalam masyarakat termasuk Indonesia yaitu adanya kecenderungan terjadinya perubahan gaya hidup (*Life Style*), akibat dari ekspansi industri pangan yang dimanifestasikan kedalam bentuk restoran siap saji. Generasi muda lebih suka makan dan menghabiskan waktu ke mall, ke cafe dan tentunya dengan makanan-makanan ala barat atau restoran siap saji, McD, Pizza Hut dan lain sebagainya. Kondisi ini dimungkinkan karena system penjualan yang modern mampu mempengaruhi penduduk Indonesia untuk mengkonsumsinya, tidak terkecuali makanan dari Negara Italia, yaitu Pizza. Makanan jenis ini banyak digemari masyarakat Indonesia dari segala umur dan kalangan.

Keadaan tersebut membuat perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi perusahaan pesaing. Keberadaan konsumen merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan, perusahaan harus mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen dalam usahanya. Kegiatan-kegiatan seperti pengembangan produk, penetapan harga dan pelayanan merupakan inti dari pemasaran dan permintaan. Maka pengelola perusahaan produk/jasa harus dapat memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Perkembangan kebutuhan makanan dengan berbagai bentuk dan rasa telah dijadikan sebagai sarana usaha untuk mencari penghasilan. Berbagai jenis bentuk dan rasa makanan telah banyak ditawarkan oleh para pelaku ekonomi yang bergerak di industri makanan. Salah satu jenis makanan yang ditawarkan adalah

Pizza. Pizza merupakan makanan khas dari Italia yang sangat populer yang digemari anak kecil, muda-mudi hingga orang tua.

Banyak restoran yang membuka usaha dengan menjual Pizza sebagai menu utama mereka sehari-hari. Di antaranya adalah Pizza Hut, salah satu cabang restoran Pizza Hut yang ada di Kupang adalah Pizza Hut Lippo Plaza yang di buka pada tanggal 16 november2016 di Jalan Veteran, Fatululi, Oebobo, Kota Kupang.

Guna mempertahankan jumlah pengunjung yang datang, maka pihak pizza hut Lippo Plaza Kupang berusaha untuk mengingatkan kepada pelanggan bahwa pizza hut adalah merk internasional yang selalu menjaga kualitas produknya. Disamping itu pihak restoran juga memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik agar konsumen merasa senang dan nyaman berada di Restoran Pizza Hut Lippo Plaza. Sebab dalam pengembangannya restoran Pizza Hut Lippo mengalami fluktuasi yang cukup tajam pada jumlah pengunjung. Berikut ini adalah jumlah konsumen di Pizza Hut Lippo Plaza Kupang tahun 2016-2018.

Tabel 1.1
Data Konsumen Pizza Hut Lippo Plaza Kupang Tahun 2016-2018

No	Tahun	Jumlah pengunjung
1	2016	6.894
2	2017	11.790
3	2018	14.963

Sumber : Pizza Hut Lippo Kupang

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung pizza hut Lippo Plaza mengalami peningkatan. Pada tahun 2016 mengalami pengunjung

yang paling terendah yaitu 6.894 pelanggan, namun kemudian pada tahun 2018 terjadi peningkatan pengunjung paling banyak yaitu menjadi 14.963 pengunjung.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Permintaan Masyarakat Terhadap Pizza Hut di Lippo Plaza Kota Kupang”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah harga, pendapatan dan jumlah anggota keluarga berpengaruh secara parsial terhadap permintaan pizza hut di Lippo Plaza Kupang ?
2. Apakah harga, pendapatan dan jumlah anggota keluarga berpengaruh secara simultan terhadap permintaan pizza hut di Lippo Plaza Kota Kupang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan dan jumlah anggota keluarga secara parsial terhadap permintaan pizza hut di Lippo Plaza Kupang
2. Untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan dan jumlah anggota keluarga secara simultan terhadap permintaan pizza hut di Lippo Plaza Kupang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1.4.1 Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan permintaan konsumen sehingga perusahaan akan mudah untuk melakukan evaluasi.

1.4.2 Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menambah wawasan ilmu ekonomi yang selalu berkembang khususnya pada dunia praktik yang sesungguhnya serta mengembangkan pemikiran mengenai permintaan pizza hut di Lippo Plaza Kupang.

1.4.3 Bagi peneliti berikutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan perilaku konsumen.