

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, organisasi, atau perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan (*profit*) melalui penjualan produk atau jasa. Bisnis dapat berupa kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa. Dalam definisi yang lebih luas, bisnis dapat diartikan sebagai suatu proses yang mencakup produksi, distribusi, konsumsi. (wijoyo, dkk. 2021)

Bisnis ialah suatu kegiatan yang melakukan transaksi jual-beli untuk saling mendapatkan keuntungan baik untuk konsumen atau pelaku bisnis. Pengertian bisnis di atas menekankan pada kegiatan yang bersifat mencari laba dengan menghasilkan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen (Alma, 2018).

Dunia bisnis suatu perusahaan tidak dapat menyusun strategi bisnis dan strategi pemasaran dengan tepat, maka akan mengalami kekalahan dalam bersaing di mana strategi pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha untuk mempertahankan usahanya, untuk berkembang dan untuk memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran yang tepat perlu dilakukan diantaranya memperhatikan variabel-variabel penting yang menjadi kunci utama mencapai tujuan pemasaran. Variabel -variabel tersebut meliputi: produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*). Empat

variabel tersebut biasanya disebut sebagai bauran pemasaran (*Marketing Mix*) (Kusen, dkk 2022).

Marketing Mix ini dianggap sebagai strategi paling mendasar dan penting yang harus dimiliki oleh perusahaan dalam meningkatkan jumlah pelanggan dari penjualan produk yang perusahaan miliki menggunakan strategi bauran pemasaran untuk produk andalannya guna memenuhi kebutuhan pengiriman barang. Penentuan *Marketing Mix* yang tepat akan mempermudah perusahaan untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan kegiatan pemasaran produk dan jasa secara lebih baik (Azhar 2017).

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang marak berkembang di seluruh kota-kota besar saat ini. Premium *Cookies and Cake* adalah *tagline* salah satu toko kue *Chocolicious*. Toko kue *Chocolicious* ini lahir dari kecintaan pemiliknya terhadap *bakery and pastry*.

Chocolicious merupakan toko kue berbahan dasar coklat di Makassar yang dimana para peminatnya terdiri dari berbagai kalangan Suku, Ras, dan Agama. Produk *Chocolicious* terdiri dari *Brownies, Cakes, Snack*. Toko kue *Chocolicious* merupakan toko kue pertama di Makassar yang mengantongi sertifikat halal dengan waktu yang cepat dan pihak toko kue *Chocolicious* terus berkomitmen untuk menjaga dan mempertahankan kehalalan menu yang disajikan serta ingin menjadikan *Chocolicious* sebagai perusahaan *Cake* dan *Bakery* yang unggul, dengan kualitas dan cita rasa Internasional. Dimulai dari bisnis rumahan kini menjadi industri modern yang memiliki beberapa cabang toko di Kota Makassar berikut pada tabel 1.

Tabel 1. Data Cabang Kedai *Cake Chocolious* di Kota Makassar

No.	Nama	Alamat	Keterangan
1.	Chocolicious Pettarani	Jl. A. P. Pettarani No. 10d	Kantor Pusat
	Chocolicious Perintis	Ruko Bisnis Center,	
2.	Kemerdekaan	Jl. Perintis Kemerdekaan No.	Kantor Cabang
	Chocolicious Deluxe	Km 12	
3.	Karunrung	Jl. Karunrung No.6	Kantor Cabang
	Chocolicious		
4.	Hertasning	Jl Letjen Hertasning No. 1	Kantor Cabang
	Chocolicious		
5.	Premium Cookies and Cake	Mall Trans Studio	Kantor Cabang

Sumber: Kantor pusat Chocolicious Indonesia 2023

Banyaknya toko kue di berbagai tempat memunculkan tingkat persaingan yang sangat ketat. Persaingan ini muncul dengan meningkatkan daya beli (*Purchasing Power*) dan berkembang mengikuti selera konsumen. Reaksi konsumen sangat memiliki pengaruh dalam perkembangan suatu produk, jika konsumen merasa kebutuhannya sesuai dengan keinginan dan selernya, maka konsumen akan senang dan menceritakan pengalamannya kepada konsumen lain. Namun keputusan pembelian seringkali berubah-ubah karena ada lima tahapan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, kepuasan konsumen dan perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan observasi pendahuluan yang penulis lakukan pada bisnis kuliner yaitu ditemukan masing-masing permasalahan yang berkaitan dengan konsep *Marketing Mix* meliputi produk, harga, tempat, promosi, yang dikenal dengan 4P. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Strategi *Marketing Mix* terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Kedai *Cake Chocolicious* Cabang Perintis Kemerdekaan di Kota Makassar).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi pemasaran *marketing mix* yang diterapkan Kedai *Cake Chocolicious* di Kota Makassar?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada pembelian di Kedai *Cake Chocolicious* di Kota Makassar?
3. Apakah strategi pemasaran *marketing mix* (*produk, price, promosi, dan place*) yang diterapkan Kedai *Cake Chocolicious*, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah strategi pemasaran *marketing mix* (*produk, price, promosi, dan place*) yang diterapkan Kedai *Cake Chocolicious*, secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan strategi pemasaran *Marketing Mix* yang diterapkan Kedai *Cake Chocolicious* di Kota Makassar.
2. Mendeskripsikan tingkat kepuasan konsumen pada pembelian di Kedai *Cake Chocolicious* di Kota Makassar.
3. Menganalisis pengaruh strategi *Marketing Mix* (*Produk, Price, Promosi, dan Place*) yang diterapkan Kedai *Cake Chocolicious* secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.
4. Menganalisis pengaruh strategi *Marketing Mix* (*Produk, Price, Promosi, dan Place*) yang diterapkan Kedai *Cake Chocolicious*, secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan keterampilan analitis dan kritis serta memberikan pengalaman praktis dalam menerapkan teori pemasaran.

2. Bagi perusahaan

Kedai *Cake Chocolicious* dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan serta dapat membantu Kedai *Cake Chocolicious* dalam menciptakan keunggulan kompetitif di pasar.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan dan menelaah ilmu pengetahuan khususnya tentang strategi pemasaran pada usaha agribisnis hilir dan menjadi referensi penting dalam membantu mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang belum terjawab.