

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri di Indonesia berkembang dengan cepat dan pesat, sehingga menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat, termasuk di bidang makanan khas daerah. Di Indonesia terkenal dengan keragaman termasuk makanan tradisional dari masing-masing daerah, salah satunya daerah Sumatera Barat yang terkenal dengan makanan khas rendang. Rendang disukai oleh masyarakat luas secara nasional bahkan dunia. Hal ini disebabkan oleh rasa yang gurih, pedas dan keunikan proses pembuatannya.

Rendang dibuat melalui pengeringan santan dan bumbu hingga menghasilkan rasa gurih dan aroma harum. Penggunaan rempah-rempah dalam pembuatan rendang berperan sebagai pembentuk citarasa dan aroma. Penggunaan bumbu-bumbu alami bersifat anti septik dan membunuh bakteri patogen sehingga bersifat sebagai bahan pengawet alami. Bawang putih, bawang merah, jahe, dan lengkuas diketahui memiliki aktivitas antimikroba yang kuat, sehingga rendang dapat disimpan satu minggu hingga empat minggu.

Salah satu kota yang terkenal di Provinsi Sumatera Barat sebagai daerah produksi rendang adalah Kota Payakumbuh. Menurut data Dinas Perindustrian dan perdagangan Kota Payakumbuh (2016), terdapat 24 usaha yang menghasilkan makanan olahan hasil ternak ini. Usaha-usaha tersebut menghasilkan berbagai aneka jenis rendang, diantaranya rendang daging, rendang telur, rendang suir, rendang paru, dan berbagai jenis rendang lainnya. Di Kota Payakumbuh terdapat satu wilayah yang menjadi pusat pembuatan dan proses pemasaran produk

rendang, sehingga diberi nama Kampung Rendang. Pemberian nama Kampung rendang ini dibentuk oleh Dinas Koperasi Industri dan Perdagangan Kota Payakumbuh pada tahun 2015 yang berada di Jalan Tan Malaka Simpang Lampasi Kota Payakumbuh

Di Kampung rendang itu sendiri terdapat 12 usaha yang bergerak di bidang pembuatan dan pemasaran aneka macam rendang. Usaha rendang yang terdapat di kampung rendang tersebut diantaranya ada yang sudah dimulai dari tahun 1998 dan yang terakhir berdiri pada tahun 2012. Semua usaha rendang tersebut adalah Rendang Erika, Rendang Usmai, Rendang Yolanda, Rendang Indah, Rendang Yen, Rendang Neng Keke, Rendang Baim, Rendang Rian, Rendang Evi, Rendang Rosnini, Rendang Unina dan Dapoer Rendang Riry (Lampiran 1).

Di Kampung rendang tepatnya di Lampasi dekat dengan daerah sentra produksi telur, pada awalnya industri rumah tangga yang berkembang hanya memproduksi rendang telur, dengan demikian membuat usaha rendang berpotensi untuk dikembangkan bahkan meluas ke ragam produk lainnya selain rendang telur, seperti rendang daging, rendang suir, rendang paru, rendang belut, rendang jagung dan rendang ubi.

Dengan adanya 12 usaha rendang yang ada di kampung rendang dan 24 usaha rendang di Kota Payakumbuh, memaksa setiap pemilik harus benar-benar mempunyai sistem pemasaran yang tepat, sehingga dapat meningkatkan penjualan dalam memasarkan barang atau produk. Dalam melakukan kegiatan pemasaran sistem pemasaran yang dilakukan merupakan salah satu kunci bertahan dalam persaingan dengan usaha lain yang sejenis ataupun tidak

sejenis. Sistem pemasaran pada usaha kecil umumnya lebih bersifat informal, sehingga tidak ada peraturan baku yang mengatur tentang sistem pemasaran, tetapi pada kenyataannya suatu usaha sebenarnya telah menerapkan sistem pemasaran yang tepat untuk bersaing dan maju (Wahyudi, 2013).

Salah satu usaha produk rendang yang memiliki sistem pemasaran yang baik adalah Dapoer Rendang Riry. Usaha Dapoer Rendang Riry merupakan usaha keluarga yang didirikan pada tahun 2000 dengan usaha pokoknya adalah rendang telur. Pemilik dari usaha ini adalah Ibu Ratna Juwita, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 12 orang. Omset usaha Dapoer Rendang Riry mencapai rata-rata 54 juta/bulan (Lampiran 2).

Daerah pemasaran produk Dapoer Rendang Riry adalah berbagai kota di Sumatera Barat, seperti Batusangkar, Sawahlunto, Padang Panjang, Bukit Tinggi dan Padang, bahkan sampai ke luar Provinsi, yaitu Riau dan Jawa. Usaha Dapoer Rendang Riry ini sangat gencar pemasarannya dengan beberapa media promosi yang digunakan. Media promosi yang digunakan untuk memasarkan produknya adalah adanya web untuk memasarkan produk melalui internet, mempunyai kartu nama, adanya plang, intensitas yang tinggi mengikuti pameran dan upaya promosi dengan menggunakan mobil bermerek/tertulis yang sengaja didesain untuk memperkenalkan produk ke konsumen. Dengan promosi tersebut diharapkan menarik hati para konsumen yang ingin membeli produk sehingga membawa dampak terhadap peningkatan penjualan. Selain itu, usaha Dapoer Rendang Riry juga yang pertama menggunakan komputer kasir dibandingkan usaha rendang yang lain, sehingga dalam setiap kali transaksi data penjualan tersimpan dalam komputer, dan bukti penjualan/kuitansi pembayaran diberikan kepada konsumen,

ini bisa dijadikan promosi terhadap usaha dapoer rendang Riry secara tidak langsung. Biaya promosi yang dikeluarkan oleh usaha Dapoer Rendang Riry selama tahun 2015- 2016 sebanyak Rp.16.428.000. Dengan media promosi yang telah dilakukan menurut pemilik usaha rendang peningkatan penjualan tidak terlalu berpengaruh dan media promosi yang telah dilakukan tersebut tidak berdampak langsung terhadap meningkatnya penjualan pada usaha Dapoer Rendang Riry.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dilakukanlah penelitian untuk melihat “**Analisis Pengaruh Biaya Promosi terhadap Penjualan Rendang Pada Usaha Dapoer Rendang Riry Di Kota Payakumbuh.**”

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Berapa biaya promosi yang dikeluarkan oleh usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh.
- 2) Berapa penjualan rendang pada usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh.
- 3) Bagaimana pengaruh promosi terhadap penjualan rendang pada usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari Penelitian ini adalah :

- 1) Mengetahui berapa biaya promosi yang dikeluarkan oleh usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh.

- 2) Mengetahui berapa penjualan rendang pada usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh.
- 3) Mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap penjualan rendang pada usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- 1) Sebagai referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.
- 2) Sebagai informasi terhadap pengusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi yang dilakukan terhadap penjualan rendang pada usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh.
- 3) Sebagai pertimbangan bagi pemerintah daerah setempat untuk membuat kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan industri rendang.

