

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kebutuhan sehari-hari banyak sekali aktivitas yang dijalani oleh setiap orang. dengan aktivitas yang semakin padat, membuat banyak orang membutuhkan asupan makanan tambahan yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh. makanan-makanan yang tersedia dipasaran saat ini memang sudah beragam, tetapi umumnya makanan tersebut bukanlah makanan khas indonesia. Masyarakat saat ini berusaha mengkonsumsi makanan sehat harus menjadi kebiasaan agar kesehatan badan terjaga. Hal itu dilakukan dengan memilih makanan alami dan dalam kondisi segar, tanpa bahan pengawet. Salah satu makanan sehat yang aman dikonsumsi adalah salad, baik salad sayuran atau buah-buahan. Salad buah adalah makanan alternatif yang menyehatkan. Bahkan bisa mencegah dan mengobati beberapa jenis penyakit. Sayuran dan buah dalam salad kaya akan nutrisi, kandungan gizi, mengandung serat tinggi, juga mengandung berbagai vitamin dan mineral yang sangat berguna bagi kesehatan tubuh. Kita sering tak menyadari, semangkuk kecil salad buah dengan komposisi tepat, akan sangat berguna bagi 'kesegaran' tubuh kita. Salad memberikan banyak serat yang pada gilirannya akan menurunkan kolesterol dan mengurangi sembelit.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memasarkan atau mempromosikan produk atau layanannya. Pemasaran mencakup berbagai hal mulai dari pengiklanan, penjualan hingga pengiriman produk baik ke konsumen langsung atau ke perusahaan lain, Fungsi utama dari pemasaran adalah memperkenalkan produk. Dengan pemasaran maka produk akan lebih dikenal oleh masyarakat dimana bagian pemasaran harus menonjolkan keunggulan dari produk yang dipasarkan sehingga dapat menarik perhatian dibandingkan dengan produk pesaing Dalam melakukan promosi.

Iklan adalah sebuah informasi yang berisi pesan untuk membujuk orang lain, agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan. Iklan tak hanya untuk

masalah komersial. Tetapi juga dapat berisi ajakan kepada para pembacanya untuk melakukan hal-hal yang baik. Seperti, tidak menggunakan obat terlarang, menanam pohon, hingga tidak membuang sampah sembarangan. Iklan biasanya dipromosikan melalui televisi, radio, media sosial, majalah, dan banyak ditemukan pada baliho di jalan, iklan yang dikemas secara menarik dapat membuat masyarakat berpikir bahwa mereka membutuhkan produk tersebut dan membelinya, padahal sebenarnya mungkin saja penerima iklan hanya sekedar ingin dikarenakan tergiur dengan iklan yang menarik.

Pada masyarakat kota Bengkulu, salad belum terlalu banyak diminati karena lebih banyak makanan *fastfood* yang lain, selain itu buah-buahan juga kurang diminati banyak orang dan terutama pada masyarakat Bengkulu relatif masih rendah, Peluang tersebut memacu produsen untuk menciptakan inovasi baru untuk membuat salad buah yang menarik dengan berbagai macam aneka rasa dan topping. Dalam hal ini saya melakukan penelitian terhadap usaha salad yang dimiliki oleh saudari Faridah alumni dari Politeknik Negeri Bengkulu prodi D3 Administrasi Bisnis, alamat toko di Jl. Ahmad Yani didepan pos J & T yang diberi nama Bos Salad berdiri sejak 16 Desember 2018.

Pemilik Bos Salad mengadakan sistem kartu member untuk pembelian perdana minimal Rp 100,000.- pada saat setiap pembelian minimal Rp 50,000.- maka kartu member tersebut akan di beri centang sesuai dengan pesanan, setelah penuh hingga sampai dengan kolom sepuluh maka pembeli berhak memilih satu dari sekian banyaknya menu yang ada secara gratis. Tak hanya itu, dalam pemasaran mereka membuat berbagai macam bentuk salad serta kemasan yang menarik seperti yang ada di media sosial *Instagram* (@bossalad.bengkalis), *Facebook* (Bossalad Bengkulu) dan *Whatsapp* (082383808779), penjualan bossalad sangat berkembang dengan pesat, sehingga akan lebih banyak orang yang tertarik untuk membeli. Selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para konsumen untuk lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Ketika pemasaran sesuai dengan targetnya, maka perusahaan akan mendapatkan banyak pembeli dan keuntungan yang bisa didapatkan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas penulis tertarik untuk menulis proposal dengan judul Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Bos Salad pada Masyarakat Bengkulu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disusun rumusan masalah bagaimana Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Bos Salad (pada masyarakat Bengkulu) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang daya tarik iklan pada Bos Salad (Studi Kasus pada Masyarakat Bengkulu).
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang minat beli pada Bos Salad (Studi Kasus pada Masyarakat Bengkulu).
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli konsumen Bos Salad (Studi Kasus pada Masyarakat Bengkulu).

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini maka manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Penulis

Adapun manfaat penelitian ini bagi peneliti yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat membandingkan teori dan dapat menerapkan teori-teori yang telah ditempuh dan dipelajari selama kuliah.
2. Dapat memberikan pengetahuan dan informasi tentang bagaimana menghadapi permasalahan perusahaan dalam memasarkan produknya.
3. Diharapkan dapat meneliti pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli konsumen Bos Salad pada masyarakat Bengkulu.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Adapun manfaat penelitian ini bagi perusahaan yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diambil.
2. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis dengan perusahaan lain.

1.4.3 Bagi Pembaca atau pihak lainnya

Adapun manfaat penelitian ini bagi pembaca yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu referensi bagi orang yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang khususnya penelitian tentang pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli konsumen Bos Salad pada masyarakat Bengkalis.
2. Dapat memberikan motivasi dan gambaran umum kepada pembaca dalam menentukan topik penelitian, khususnya penelitian tentang pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Penelitian Tugas akhir ini terdiri dari enam bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Hal ini diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik dari penulis ke pembaca mengenai maksud dan tujuan penelitian ini.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi uraian teoritis variabel-variabel penelitian meliputi Daya tarik iklan dan minat beli konsumen, serta teori khusus penelitian pada bagian masing-masing.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang obyek penelitian, tata cara penelitian, data yang diperlukan serta cara analisa yang akan digunakan dengan menampilkan proses penelitian.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menerangkan keseluruhan proses penelitian dan pengumpulan data, pengolahanya serta hasil pengolahan data yang nantinya dapat di ambil kesimpulan dan saran.

BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran bagi perusahaan tempat penelitian.

