

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan dalam dunia bisnis baik perusahaan barang maupun jasa semakin hari semakin ketat. Perusahaan perlu menggunakan strategi pemasaran yang tepat agar tetap dapat bertahan akan keberlangsungan kegiatan usahanya. Sektor usaha makanan pokok, termasuk daging mentah telah mengalami metamorfosis yang sangat pesat seiring kehadiran tren frozen food, makanan siap saji, aneka franchise makanan kekinian, dan lain-lain.

Perkembangan pesat pada industri daging disebabkan karena tingginya permintaan terhadap konsumsi daging mentah, di mana setiap tahunnya tingkat konsumsi daging ayam dan daging sapi terus meningkat. Hal ini juga menggambarkan bahwa tingkat permintaan akan kebutuhan dan keinginan terhadap konsumsi daging juga semakin tinggi. Persaingan di dunia bisnis penjualan daging semakin hari semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat berinovasi menarik perhatian konsumen. Perusahaan perlu memperhatikan penerapan konsep pemasaran termasuk perilaku konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

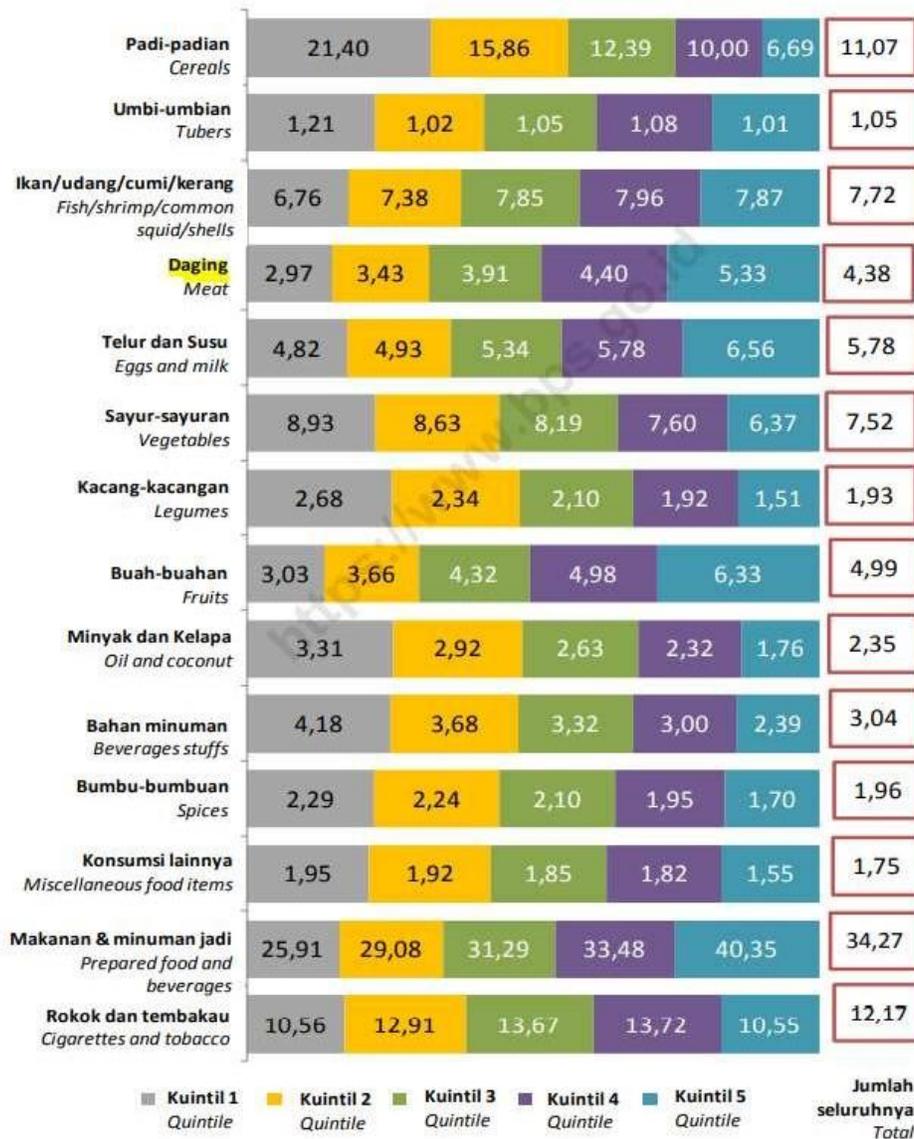
Menurut Peter dan Olson dalam Sangadji dan Sopiah (2013:332), pengambilan keputusan konsumen merupakan proses pemecahan masalah yang ditujukan pada sasaran. Inti pada pengambilan keputusan konsumen yakni proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih.

Menurut Armstrong et al (2014: 11), apabila perusahaan ingin agar produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasaran, kualitas produk menjadi perihal penting yang perlu diperhatikan. Konsumen selalu ingin memperoleh produk berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan, walaupun banyak masyarakat yang beranggapan bahwa produk mahal adalah produk berkualitas. Kualitas produk yang semakin baik akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian

Menurut Dharmmesta & Handoko (2014:108), faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Secara umum, harga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Pada hakikatnya, harga jual adalah tawaran dari perusahaan kepada para konsumen. Barang akan laku bila konsumen menerima tawaran harga tersebut, sebaliknya barang tidak laku bila konsumen menolaknya, maka peninjauan kembali terhadap harga jual produk yang ditawarkan perusahaan perlu dilakukan. Terdapat kemungkinan bahwa konsumen merasakan ketidaksesuaian pasca melakukan pembelian, seperti merasa harganya dianggap terlalu mahal serta tidak sesuai keinginan atau gambaran sebelumnya.

Selain itu varian produk juga menjadi salah satu faktor seorang konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian suatu produk. Varian produk bisa berupa komposisi, yang memudahkan seorang konsumen membeli suatu produk sesuai dengan kemampuan mereka.

Tren belanja masyarakat sejak masa pandemi yang berlangsung pada bulan Maret 2020 menarik perhatian untuk diteliti, mengingat terdapat banyak adaptasi kebiasaan baru yang harus dilakukan selama pandemi. Perubahan ini berpengaruh pada tren pasar, utamanya pada kota besar seperti Jakarta Selatan. Berdasarkan data BPS tahun 2020, pengeluaran laki-laki di kawasan Jakarta Selatan sepanjang tahun 2020 masih menjadi yang tertinggi di Indonesia, yakni sebesar Rp. 27,3 juta per tahun untuk setiap orang. Pengeluaran perempuan di kawasan Jakarta Selatan pun menduduki peringkat yang sama dengan angka pengeluaran mencapai Rp. 23 juta per tahun (voi.id, 2021). Berdasarkan Gambar 1.1, persentase pengeluaran per kapita masyarakat Indonesia pada bulan Maret 2020 untuk konsumsi daging adalah 4,38% dari seluruh pembelanjaan. Ada pun untuk tren pembelanjaan daging sendiri proporsinya relative merata dari Kuintil 1 masyarakat tahun 2020 ke Kuintil 2, Kuintil 3 dan Kuintil 4 serta Kuintil 5. Dengan demikian dapat dilihat bahwa konsumsi daging relatif menjadi faktor yang tetap konsisten ada di seluruh golongan Masyarakat dengan rata-rata pembelanjaan daging berkisar dari 2,97% dari total anggaran belanja hingga 5,33% per keluarga.



**Gambar 1.1** Persentase Pengeluaran per Kapita menurut Kelompok Komoditas Makanan dan Kuintil Pengeluaran, Maret 2020

*Sumber: BPS, Susenas Maret 2020/BPS-Statistics Indonesia*

Tren perubahan pasar yang signifikan terjadi pada industri makanan frozen food. Makanan beku menjadi pilihan pasar seiring pemberlakuan pembatasan sosial di kota besar, termasuk Jakarta Selatan. Salah satu toko yang menyediakan daging segar serta berbagai olahannya adalah Toko Best Meat, anak perusahaan dari PT. Japfa

Comfeed Indonesia Tbk. yang bergerak dibidang pengolahan unggas dan *Commercial Broiler*. Toko Best Meat bergerak pada bidang Kemitraan Penjualan daging Segar, produk olahan daging, produk olahan susu dan lainnya. Persaingan dalam dunia bisnis mengharuskan sebuah organisasi/perusahaan menciptakan suatu produk yang mampu bersaing di pasaran. Untuk itu, toko Best Meat selalu menjaga kualitas produk mereka dengan berbagai variasi produk dengan harga yang terjangkau.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan, maka penulis akan meneliti dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daging Segar Pada Toko Best Meat Tebet Jakarta Selatan”.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fokus utama masalah penelitian adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk daging segar pada Toko Best Meat Tebet Jakarta Selatan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk daging Segar pada Toko Best Meat Tebet Jakarta Selatan?
3. Apakah varian produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk daging segar pada Toko Best Meat Tebet Jakarta Selatan?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan varian produk Berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging Segar pada Toko Best Meat Tebet Jakarta Selatan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah tersebut di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk daging Segar pada Toko Best Meat Tebet Jakarta Selatan

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk daging Segar pada Toko Best Meat Tebet Jakarta Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh varian produk terhadap keputusan pembelian produk daging segar pada Toko Best Meat Tebet Jakarta Selatan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas, harga dan varian produk terhadap keputusan pembelian produk daging segar pada Toko Best Meat Tebet Jakarta Selatan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti  
Memberikan kontribusi berupa pemahaman mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan jenis varian terhadap keputusan pembelian produk.
2. Bagi perusahaan  
Penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang berguna bagi pemilik toko dalam menciptakan minat beli konsumen.
3. Bagi Masyarakat  
Bagi masyarakat yang membutuhkan informasi dan pengetahuan dalam penyelesaian masalah terkait keputusan pembelian produk serta sebagai referensi penyusunan program atau pengambilan kebijakan bagi pihak terkait.

