

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Susu adalah minuman bergizi yang diperlukan oleh tubuh manusia. Mulai dari bayi, balita, anak – anak, remaja sampai dengan dewasa. Susu merupakan salah satu pelengkap dari makanan 4 sehat 5 sempurna. Makanan 4 sehat 5 sempurna yaitu merupakan menu makanan yang lengkap serta mengandung zat gizi yang sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia seperti karbohidrat, protein, vitamin dan mineral. Seperti yang kita ketahui, makanan 4 sehat 5 sempurna terdiri dari nasi, lauk pauk, sayur-sayuran dan buah-buahan. Sedangkan susu merupakan nutrisi kelima sebagai pelengkap atau penyempurnanya. Meskipun manfaat dari minum susu sangat baik untuk tubuh, namun ternyata tidak semua orang suka mengonsumsi susu.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 tingkat konsumsi masyarakat Indonesia tergolong rendah dibandingkan dengan negara-negara lainnya se-Asia Pasifik. Tingkat konsumsi susu masyarakat Indonesia tahun 2019 hanya berkisar 16,23 liter per kapita/tahun. Direktur Peternakan dan Kesehatan Hewan, I Ketut Diarmita menjelaskan bahwa kurangnya konsumsi susu di Tanah Air dipengaruhi oleh pertumbuhan sapi perah yang belum memadai akan kebutuhan susu nasional. I Ketut Diarmita menambahkan bahwa menurut Data Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan, Populasi Sapi Perah Nasional pada tahun 2019 sebanyak 561.061 ekor dengan produksi susu sebanyak 996.442 ton. Sementara kebutuhan susu nasional tahun 2019 mencapai 4.332,88 ribu ton. Tabel mengenai pertumbuhan konsumsi susu nasional di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.1. dibawah ini :

Tabel 1.1 Konsumsi Susu Nasional Di Indonesia Tahun 2010 – 2019

Tahun	Konsumsi (Ton)
2010	910.000
2011	975.000
2012	1.011.000
2013	1.063.000
2014	1.144.001
2015	1.166.000
2016	972.619
2017	977.674
2018	993.291
2019	954.854

Sumber : Kementrian Pertanian, 2019

Dikondisi pandemi Covid 19 ini, susu termasuk yang disarankan untuk dikonsumsi. Ahli Gizi Mayapada Hospital Kuningan, Christina Andhika Setyani menjelaskan manfaat pentingnya mengkonsumsi segelas susu di masa pandemi Covid 19. Menurut Christina, susu memiliki nutrisi yang penting dalam menjaga dan meningkatkan imunitas tubuh terlebih dimasa pandemi Covid 19. Hal ini juga diperkuat oleh Emilia E. Achmadi, Ahli Nutrisi, beliau mengatakan salah satu hal rutin yang selalu diingatkan oleh para ahli kesehatan adalah meningkatkan imunitas tubuh dan cara yang bisa diterapkan adalah mengkonsumsi susu. Emilia dalam konferensi pers daring menambahkan bahwa susu mengandung banyak manfaat bagi kesehatan, salah satunya adalah vitamin D yang baik untuk menjaga imunitas tubuh. Susu sapi segar juga merupakan salah satu sumber vitamin D yang aman untuk dikonsumsi setiap hari. Vitamin D dalam tubuh memiliki

banyak manfaat diantaranya memperkuat tulang, mengurangi peradangan dan membantu fungsi kekebalan tubuh.

Salah satu susu segar yang ada di Indonesia diantaranya adalah Diamond Fresh Milk. Diamond Fresh Milk adalah susu segar yang didatangkan dari koperasi susu terbaik setiap hari. PT. Diamond Cold Storage sebagai perusahaan yang memproduksi Diamond Fresh Milk memastikan bahwa susu susu segar yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan keamanan pangan kemudian diolah di hari yang sama dengan proses pasteurisasi dan homogenisasi. Proses tersebut dilakukan agar ketika susu dikonsumsi tidak ada butiran butiran lemak yang dapat mengganggu cita rasa susu segar.

GM Brand & Equipment Diamond Group, Yun Primawan saat peluncuran kemasan baru mengatakan bahwa Diamond Fresh Milk sebagai merek dan produk susu segar telah lama dikenal oleh konsumen Indonesia. Konsumen mengenal produk Diamond Fresh Milk sebagai produk yang konsisten dengan kualitasnya serta terdistribusi secara luas baik digerei toko modern ataupun di toko tradisional yang menyediakan lemari pendingin. Yun Primawan juga menambahkan bahwa selama lebih dari 40 tahun, Diamond Group tetap konsisten dalam industri makanan dan minuman. Diamond telah menjadi merek legendaris di Indonesia terutama untuk kategori susu segar, es krim dan minuman jus buah.

Yun Primawan juga mengungkapkan mengenai beberapa keunggulan produk Fresh Milk Diamond yaitu harga yang terjangkau untuk bisa dibeli oleh semua kalangan konsumen di Indonesia dimulai dari harga Rp 12.241 untuk kemasan ukuran 350 ml sampai dengan harga Rp 25.470 untuk kemasan ukuran 946 ml dengan varian rasa *plain*, *chocolate*, *strawberry*, *capuchino* dan *skim*. Selain keunggulan dari segi harga, produk Fresh Milk Diamond juga menjadi pilihan banyak orang karena proses produksi yang sesuai Standar Mutu SNI untuk Susu Segar. Menurut SNI No. 3144.1 Tahun 2011, susu segar yang bermutu baik untuk dikonsumsi harus memenuhi syarat dalam hal kandungan gizi dan keamanan pangan. Yun Primawan juga menambahkan bahwa ada banyak cara dalam mengonsumsi Fresh Milk Diamond baik dengan cara bisa diminum langsung, dicampur dengan kopi atau minuman lainnya, pembuatan minuman *smoothies*, *baked* dan *cooking*.

Peluncuran kemasan baru Diamond Fresh Milk juga dimaksudkan untuk memperkuat *positioning* dan filosofi *fresh from farm to glass* sekaligus sebagai upaya mendekatkan diri serta meningkatkan minat pembelian konsumen produk. Minat beli menurut Kotler dan Amstrong (2017) merupakan sesuatu yang timbul untuk keinginan memiliki serta membeli setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian atau yang berhubungan dengan minat pembelian produk tertentu diantaranya adalah persepsi harga, merek serta daya tarik iklan.

Faktor harga sangat mungkin menjadi faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk tertentu. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat dan sesuai dengan sudut pandang atau persepsi perlu diperhatikan oleh para produsen, sebab strategi penetapan harga yang tepat dan sesuai dengan persepsi konsumen dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi calon konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Tampi *et al* (2016) menemukan hasil bahwa variabel harga berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen membeli sepeda motor Honda Scoopy namun hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang ditemukan oleh Suharto *et al* (2016) bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen pada PT Remaja Jaya Mobilindo Manado.

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam pertimbangan minat pembelian konsumen adalah faktor merek, terlebih pada produk yang ada kaitannya dengan kesehatan tubuh manusia serta produk yang telah lama dikenal oleh masyarakat. Ketika produk tersebut telah lama dikenal oleh masyarakat maka akan tercipta citra merek yang baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Manorek (2016) yang menyatakan bahwa merek berpengaruh terhadap minat pembelian produk *smartphone*. Sedangkan hasil yang tidak sejalan ditemukan oleh Roisah dan Riana (2016) yang mendapatkan hasil bahwa merek tidak berpengaruh terhadap minat pembelian.

Daya tarik iklan menjadi salah satu faktor penting untuk memperkenalkan keunggulan produk kepada konsumen. Iklan menjadi media yang efektif dan digemari oleh perusahaan dalam memasarkan produk-produknya, bahkan beberapa perusahaan menggunakan iklan untuk membentuk persepsi dan branding perusahaan kepada konsumen. Saputra (2018) mendapatkan hasil bahwa daya tarik iklan berpengaruh terhadap minat pembelian sepeda motor honda sedangkan

hasil penelitian berbeda ditemukan oleh Arista dan Astuti (2016) yang mendapatkan hasil bahwa daya tarik iklan tidak berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas ditambah dengan adanya *gap research* diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti judul “Pengaruh Persepsi Harga, Merek dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Produk Diamond Fresh Milk”.

1.2. Perumusan Masalah

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

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat pembelian Diamond Fresh Milk ?
2. Apakah merek berpengaruh terhadap minat pembelian Diamond Fresh Milk ?
3. Apakah daya tarik iklan berpengaruh terhadap minat pembelian Diamond Fresh Milk ?
4. Apakah persepsi harga, merek dan daya tarik iklan berpengaruh terhadap minat pembelian Diamond Fresh Milk ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat pembelian Diamond Fresh Milk.
2. Untuk mengetahui apakah merek berpengaruh terhadap minat pembelian Diamond Fresh Milk.
3. Untuk mengetahui apakah daya tarik iklan berpengaruh terhadap minat pembelian Diamond Fresh Milk.
4. Untuk mengetahui apakah persepsi harga, merek dan daya tarik iklan berpengaruh terhadap minat pembelian Diamond Fresh Milk.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar strata 1 (S1) Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan informasi berupa pemahaman dan pembelajaran tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian Diamond Fresh Milk.

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah ilmu pengetahuan ekonomi khususnya manajemen salah satunya manajemen pemasaran yaitu Pengaruh Persepsi Harga, Merek dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Pembelian Diamond Fresh Milk.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi perusahaan untuk mengetahui apakah Persepsi Harga, Merek dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Pembelian Diamond Fresh Milk agar perusahaan dapat membuat suatu inovasi mengenai proses produk perusahaan.