

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan yang begitu ketat sekarang ini membuat perusahaan harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal. Banyak perusahaan sejenis yang muncul di sekitar, maka syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan pembeli. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan tersebut harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan produk yang diinginkan konsumen dengan kualitas yang pantas. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sangat bergantung pada perilaku konsumennya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya serta tidak kalah pentingnya adalah memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya. Produk yang memiliki kualitas dengan differensiasi yang baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki pembeli loyal dan memberi sumbangsih bagi perusahaan.

Kemiri merupakan salah satu bahan yang digunakan untuk membuat bumbu masakan. Fungsi dari salah satu kemiri ketika digunakan dalam bahan masakan sebagai pengental alami yang membuat tekstur makanan jadi lebih lengit. Seiring berkembangnya zaman yang kini mulai banyak kuliner, sehingga kemiri menjadi bumbu favorit untuk bumbu pelengkap masakan. Peningkatan konsumsi kemiri ini dapat dilihat pada permintaan produk kemiri di UD.RIVA pada tahun 2015 kg/tahun sebanyak 1.872 atau sama dengan 18.720 renteng, pada tahun 2016 sebanyak 3.120 kg/tahun atau sama dengan 31.200 renteng, sedangkan pada tahun 2017 sebanyak 4.680 kg/tahun atau sama dengan 46.800 rentang, tahun 2018 sebanyak 7.200 kg/tahun atau sama dengan 72.000 renteng dan pada tahun 2019 meningkat sebesar 10.080 kg/tahun atau sama dengan 100.800 renteng.

Produk kemiri yang diproduksi di UD.RIVA berdiri sejak tahun 1995 yang berlokasi di RT 04/RW 03 Dusun Beringinsari Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. Kemiri yang produksi UD.RIVA diperoleh dari tengkulak yang berlokasikan di Lumajang. UD. Riva adalah perusahaan agroindustri yang bergerak dalam bidang memproduksi bahan bumbu masakan seperti kemiri, merica, tumber, dan asem. Kemiri ini sebelum pengemasan melalui proses sortasi, pengirisan, penjemuran, pengayakan, penimbangan dan yang akhir adalah proses packaging dalam kemasan kemasan mini. Produk yang diproduksi UD.Riva yang paling terlaris dan yang sering dikonsumsi masyarakat adalah produk kemiri. Kelebihan UD.RIVA memproduksi bahan bumbu kemasan mini dilihat dari segi harga yang cukup murah, selain itu mudah dijangkau dikalangan masyarakat kelas kebawah dan supaya konsumen tidak teralalu lama menyimpan bahan bumbu karna sifatnya yang tidak tahan lama yang dapat menurunkan kualitas produk. Packaging pada produk kemiri UD.RIVA setiap renteng tertera merek “Bumbu Masak UD.RIVA”.Setiap renteng terdapat 10 kemasan mini dengan bentuk plastik transparan supaya mudah dilihat langsung oleh konsumen ketika hendak membeli seperti bentuk, isi, dan kualitas. Promosi yang dilakukan oleh UD.RIVA Riva diantaranya dari mulut ke mulut (*Word of Mount*), Mendatangi langsung ke tempat calon konsumen dengan mempresentasikan produk kemiri (*Personal Selling*). Produk produk tersebut diedarkan kepada pembeli di pasar tradisional diantaranya pasar Jenggawah, Tempurjo, Ambulu, Balung, Wuluhan dan pasar Tanjung. Semakin tinggi minat konsumen untuk mengonsumsi kemiri sebagai bahan masakan, maka semakin banyak pula pesaing yang memproduksi dan menyamai produk tersebut. Oleh karna itu, Produk kemiri yang dikelola oleh perusahaan UD.RIVA berupaya memposisikan produknya agar bisa diterima oleh pembeli. Seiring dengan perkembangan waktu, jumlah pesaing di kini semakin bertambah dan membuat persaingan menjadi semakin ketat. Sehingga para pelaku bisnis harus mampu mengetahui perilaku para konsumennya.

Menganalisa perilaku konsumen dalam keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu

pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi pembeli dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun atribut produk, harga dan promosi kepada pembeli dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians-variens baru pada suatu produk.

Menurut Randang (2013:702) Atribut produk mampu menambah keunggulan bersaing produk yang dipasarkan, dan ekuitas merek yang selalu diingat konsumen merupakan beberapa hal yang mampu mendorong penjualan produk. Atribut produk dapat menarik minat konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut. Oleh sebab itu, atribut produk merupakan hal penting yang harus dikelola agar dapat mempertahankan dan merebut pangsa pasar yang lebih besar serta menghasilkan keuntungan dimasa yang akan datang. Menurut Menurut Safitri (2018:26) Harga merupakan salah satu alat pengukur dasar sebuah ekonomi karena harga memberikan pengaruh pada faktor-faktor ekonomi. Promosi merupakan salah satu variabel dalam *marketing mix* yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasa.

Berdasarkan uraian diatas kami mendorong untuk mengetahui lebih lanjut lagi mengenai perilaku pembeli produk kemiri UD.RIVA yang perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui variabel apa yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian untuk melakukan pembelian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka diperoleh beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah produk, harga, dan promosi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian pada produk kemiri di UD. RIVA ?
2. Apakah atribut produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk kemiri di UD.RIVA ?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk kemiri di UD.RIVA ?

4. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk kemiri di UD.RIVA ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka diperoleh beberapa tujuan penelitian di UD.RIVA kabupaten Jember:

1. Untuk menganalisis dan menguji secara serempak atribut produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk kemiri di UD. RIVA
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh atribut produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk kemiri di UD.RIVA
3. Untuk menganalisis dan menguji secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk kemiri di UD.RIVA
4. Untuk menganalisis dan menguji secara parsial pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada produk kemiri di UD.RIVA

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh beberapa manfaat penelitian di UD.RIVA Kabupaten Jember sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat menjadi informasi bagi pembaca yang hendak meneliti lebih jauh tentang produk kemiri di UD.RIVA
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam mempraktekan pengetahuan guna mempersiapkan mahasiswa yang kreatif, inovatif, professional, produktif dan berwawasan ilmiah.