

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Negara Indonesia sebagian besar masyarakat tidak mengenal edamame karena edamame bukan komoditas asli Indonesia melainkan komoditas asli negara Sakura yaitu Jepang. Edamame di Jepang biasa dijadikan sebagai makanan ringan yang rutin dikonsumsi atau bahan tambahan pada menu salad dan juga dianggap sebagai makanan kesehatan (*healthy food*). Kedelai sayur (*vegetable soybean*) atau lebih populer dengan nama “edamame” termasuk spesies *Glycine max L.* Sesuai dengan namanya, kedelai sayur adalah jenis kedelai yang dipanen ketika polongnya masih muda dan hijau, yakni ketika pengisian biji sudah hampir penuh (80-90% pengisian). Edamame yang tekstur bijinya lembut lebih cepat matang saat direbus, sehingga warna hijau polongnya masih dapat dipertahankan, jenis ini termasuk edamame yang berkualitas bagus. Potensi lahan untuk pengembangan kedelai edamame di Indonesia cukup luas, edamame bisa dikembangkan di lahan sawah setelah padi, lahan kering dataran sedang sampai tinggi. Sejak beberapa tahun terakhir usaha agribisnis edamame telah mulai berkembang di Jember Jawa Timur melalui Mitratani Dua Tujuh yang baru mampu memproduksi edamame sekitar 2.000 ton/tahun, dan masih jauh dari permintaan pasar luar negeri menurut Ruzrizal (dalam Asadi, 2009:60).

Pengembangan edamame di Jember dilakukan di Mitratani Dua Tujuh, yang merupakan anak perusahaan BUMN PTPN X dan bekerjasama dengan PT Kelola Mina Laut (KML). PT Mitratani Dua Tujuh berencana akan mengembangkan komoditi edamame di pasar lokal karena sebelumnya pihak perusahaan hanya berorientasi pasar ekspor. Peluang untuk mengembangkan pemasaran edamame di Kabupaten Jember dan Negara lain seperti Singapura, Taiwan dan lain-lain kurang lebih mencapai 600 – 1.200 ton per tahun atau sekitar 20% dari total produksi edamame oleh Mitratani Dua Tujuh, sedang permintaan untuk ekspor ini kurang lebih mencapai 5.000 – 10.000 ton per tahun atau sekitar 80% edamame di ekspor (Sandryas, 2014:159, Arieska, 2013:2). Kecilnya persentase pemasaran edamame di

Kabupaten Jember, dipengaruhi oleh sedikitnya orang mengenal edamame sebagai kedelai Jepang yang memiliki nilai gizi yang lebih tinggi daripada jenis kedelai biasa. Mayoritas masyarakat Jember hanya mengenal kedelai biasa yang diperjual belikan dipasar tradisional, maka dari itu informasi mengenai kebutuhan dan keinginan masyarakat ditujukan sebagai pasar sasaran. Edamame yang telah dijual dipasar lokal terutama di Kabupaten Jember tidak hanya edamame beku segar seperti yang diekspor ke Jepang akan tetapi lebih banyak produk olahannya. Hal ini dilakukan untuk menarik minat beli masyarakat Jember akan produk edamame.

PT Mitratani Dua Tujuh juga menjalin kerjasama dengan seorang pengusaha yang menyediakan tempat atau koperasi untuk menjual produk edamame, sehingga produk dapat dikenal dan dinikmati oleh pangsa pasar di Indonesia. Koperasi Edamame ini beralamatkan di Jalan Brawijaya No 83, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Produk yang diperjual belikan, tidak hanya sekedar edamame biasa karena masih banyak pilihan varian dari produk edamame. Produk edamame memiliki berbagai menu varian yang disediakan oleh Koperasi Edamame, yaitu sebagai berikut:

- a. Edamame Frozen
- b. Susu Edamame
- c. Edamame Segar atau Edamame Mentah
- d. Edamame Goreng, terdapat dua rasa yaitu original dan balado.

Harga yang ditawarkan juga masih terjangkau dari berbagai kalangan, yaitu berkisar Rp 5.500,- hingga Rp 30.000,-. Harga tersebut sesuai dengan kualitas produk, kemasan dan berat isi produk. Selain itu, dilakukan pengamatan mengenai perilaku konsumen terhadap produk edamame, dimana konsumen merelakan waktu untuk datang jauh-jauh hanya untuk membeli produk Edamame yang entah itu dibeli untuk oleh-oleh ataupun dikonsumsi sendiri. Varian menu yang ditawarkan tersebut menjadi kecenderungan konsumen agar bersedia datang kembali. Koperasi Edamame telah mampu menciptakan keunggulan bersaing atas kualitas produk, kualitas

layanan, harga dan citra merek dalam upaya menarik perhatian pasar dan menghadapi persaingan dalam bisnis agroindustri.

Aspek yang perlu diperhatikan dalam produk adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Seorang penjual telah memberikan kualitas bila penjual telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen, sehingga pembeli dapat melakukan pembelian ulang. Kualitas produk dapat dilihat dari tingkat mutu, sifat, desain nama merek dan kemasan, kebanyakan masyarakat mengutamakan kemasan yang menarik serta nama brand yang terkenal untuk dibawa sebagai buah tangan. Aspek yang perlu diperhatikan selain kualitas produk adalah kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada layanan transaksi antara pembeli dan penjual. Layanan yang berkualitas adalah persepsi konsumen merasa puas saat terjadinya proses transaksi. Kepuasan pelanggan akan dirasakan ketika cepat dan tanggapnya kita melayani, misalnya waktu transaksi pembayaran tidak sampai menunggu antrian panjang. Pelanggan akan merasa jenuh jika menunggu pesanan dan juga proses transaksi terlalu lama, dari timbulnya rasa jenuh tersebut pelanggan akan menunjukkan sikap ketidakpuasannya secara langsung ataupun tidak langsung pada pelanggan lainnya dengan cara merusak citra produk sehingga pelanggan lain mungkin juga tidak akan membeli.

Aspek yang tidak kalah pentingnya kita perhatikan juga yaitu citra merek, aspek ini masuk pada tahap tingkat sosial yang pada dasarnya manusia ingin disanjung bila mengkonsumsi barang atau makanan yang sudah memiliki citra merek terbaik dan terkenal. Citra merek yang terkenal pasti akan lebih diminati oleh pembeli, daripada citra merek yang masih baru dan muncul di pasaran. Ketiga aspek mengenai kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek hal itu sangat erat hubungannya dengan harga jual barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Harga yang ditawarkan akan menunjukkan kualitas barang dan jasa yang akan

diterima oleh pembeli. Semakin produk itu memiliki persepsi baik dalam masyarakat dan terpercaya higienitas produknya, maka produk juga akan memiliki nilai jual tinggi dengan menetapkan harga yang sudah dipertimbangkan dari bahan – bahan yang dihasilkan. Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan, yaitu menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan membeli yang tidak mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal itu. Baik dari faktor internal yaitu dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan luar yang dilakukan oleh pelaku usaha (perusahaan), dimana dalam hal ini perusahaan atau pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam hubungannya melakukan suatu keputusan pembelian.

Penelitian ini mengamati pelanggan Koperasi Edamame bukan dari promosi yang ada. Namun lebih kepada pengaruh kualitas produk Edamame itu sendiri menurut persepsi pelanggan, kualitas layanan yang diberikan oleh produsen dan dirasakan langsung oleh konsumen, harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan, dan citra merek Edamame di mata pelanggan terhadap keputusan konsumen membeli Edamame. Jadi, judul penelitian ini adalah: **"Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Edamame (Studi Kasus di Koperasi Edamame MT27 Jember)"**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Edamame Jember?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Edamame Jember?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Edamame Jember?

4. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Edamame Jember?
5. Apakah variabel kualitas produk, kualitas layanan, harga dan citra merek secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Edamame Jember?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis dan menguji apakah variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Edamame Jember.
2. Menganalisis dan menguji apakah variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Edamame Jember.
3. Menganalisis dan menguji apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Edamame Jember;
4. Menganalisis dan menguji apakah variabel Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Edamame Jember.
5. Menganalisis dan menguji apakah variabel kualitas produk, kualitas layanan, harga dan citra merek secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Edamame Jember.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran.
2. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan tambahan wacana ilmiah bagi para peneliti sebagai bahan acuan dan atau pertimbangan dalam penulisan karya ilmiah.