

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tingkat nasional, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran sentral dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025), UMKM berkontribusi sebanyak lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hampir 97% tenaga kerja, dan sampai saat ini jumlah UMKM mencapai lebih dari 64 juta unit usaha. Sektor industri makanan dan minuman menjadi salah satu pilar utama dalam struktur UMKM karena memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi dan permintaan pasar yang relatif stabil. Dalam lima tahun terakhir, terjadi perubahan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia, di mana preferensi terhadap makanan dan minuman tidak hanya didasarkan pada rasa, tetapi juga pada nilai kesehatan yang ditawarkan.

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola hidup sehat telah mendorong pergeseran konsumsi ke arah produk-produk yang dinilai lebih alami, bergizi, dan aman. Hal ini sejalan dengan program nasional Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) yang dicanangkan oleh Kementerian Kesehatan RI, yang mendorong konsumsi pangan bergizi seimbang serta gaya hidup sehat dan aktif (Kemenkes RI, 2021). Salah satu kategori produk yang mengalami peningkatan permintaan adalah minuman berbasis nabati, seperti susu kedelai.

Sektor UMKM makanan dan minuman khususnya di Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur juga mengalami pertumbuhan yang positif. Salah satu produk lokal yang potensial dalam kategori minuman sehat adalah susu kedelai madu (SKM), yang diproduksi oleh UD Sehat Sejahtera Bersama. UD Sehat Sejahtera Bersama telah berdiri sejak 2009 yang sampai saat ini menjadi salah satu produsen susu kedelai terbesar di Kabupaten Jember. SKM merupakan Kombinasi sari kedelai murni dan 100% gula asli sebagai pemanis alami yang tidak hanya menawarkan rasa yang khas, tetapi juga manfaat kesehatan tambahan. Meningkatnya jumlah produk sejenis di pasaran, baik dari pelaku UMKM lain maupun dari produsen

berskala besar, menimbulkan persaingan yang cukup ketat dalam hal harga, kualitas, dan daya tarik produk di mata konsumen. Beberapa produsen susu kedelai dijember yang menjadi pesaing UD Sehat Sejahtera Bersama antara lain, susu kedelai misoy, susu kedelai bergizi (SKB), susu kedelai SKS, susu kedelai cahaya dan lain lain. Adanya pesaing usaha sejenis ini menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan alternatif dalam mengambil keputusan pembelian susu kedelai. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mengetahui dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut Kotler dkk., (2024;177) keputusan pembelian merupakan proses yang dilalui konsumen dalam memilih, menggunakan, serta mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Bagi pelaku usaha seperti UD Sehat Sejahtera Bersama, memahami proses keputusan pembelian konsumen menjadi hal penting karena dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat dan mendorong konsumen agar memilih produk susu kedelai madu (SKM). Keputusan pembelian yang positif menunjukkan adanya kesesuaian antara harapan konsumen dengan kualitas dan nilai produk yang ditawarkan. Kemampuan perusahaan dalam memahami dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen akan berdampak langsung terhadap peningkatan penjualan serta keberlanjutan usaha.

Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga sering kali menjadi pertimbangan utama bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Menurut Pahmi, (2024;10) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga mencerminkan keterjangkauan dan kesesuaian dengan manfaat yang diterima konsumen. Harga tidak hanya dipandang sebagai angka nominal, tetapi juga sebagai cerminan dari nilai yang diterima oleh konsumen. Harga yang ditawarkan pada produk susu kedelai madu (SKM) dari UD Sehat Sejahtera Bersama, dinilai cukup kompetitif dan terjangkau bagi berbagai kalangan konsumen yaitu dengan harga jual senilai Rp. 1000,- dengan netto 130ml per kemasan. Terjangkaunya harga ini menjadi keunggulan tersendiri, karena dapat

menjangkau pasar yang luas, khususnya konsumen yang sensitif terhadap harga namun tetap menginginkan produk yang sehat dan berkualitas. Hal ini menjadikan harga sebagai salah satu faktor penting dalam menentukan pilihan konsumen terhadap keputusan pembelian produk SKM.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan tingkat pembelian dan kepuasan konsumen. Intan Aghitsni dan Busyra, (2022) mengartikan kualitas produk suatu kemampuan barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan harapan calon pembeli, sehingga mendorong mereka untuk memutuskan melakukan pembelian terhadap produk yang memiliki nilai unggul dan layak untuk dipasarkan. Kualitas produk juga meliputi aspek sensorik seperti rasa dan aroma, serta daya tahan dan kebersihan produk. Pada produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama, kualitas produk tercermin dari bahan baku pilihan berupa kedelai murni tanpa tambahan bahan pengawet serta proses produksi yang higienis. Selain itu, produk SKM telah memiliki legalitas yang berupa izin edar P-IRT dari Dinas Kesehatan yang diterbitkan sejak tahun 2012 dan diperbarui secara berkala setiap lima tahun. Nomor P-IRT terbaru yang dimiliki adalah 213350901770. Produk ini juga telah memperoleh sertifikasi halal Indonesia, yang menunjukkan bahwa SKM memenuhi standar keamanan pangan dan layak dikonsumsi oleh seluruh kelompok usia, mulai dari balita hingga lansia. Kualitas produk juga terlihat dari daya tahan, tekstur dan rasa yang konsisten. Produk SKM ini juga terdapat beberapa varian rasa seperti original, strawberry, dan juga melon sehingga konsumen dapat memilih dengan variasi yang di sukai.

Selain harga dan kualitas produk, citra merek juga berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut (Raming dkk., 2025) citra merek adalah persepsi yang terbentuk di benak konsumen berdasarkan pengalaman, informasi, dan asosiasi yang mereka miliki tentang merek. Citra merek yang positif mampu menciptakan rasa percaya, meningkatkan nilai emosional, serta memperkuat keinginan konsumen untuk memilih produk dibandingkan merek pesaing. UD Sehat Sejahtera Bersama dalam membangun citra merek produk susu kedelai madu (SKM) melalui reputasi sebagai produk lokal yang sehat, aman, dan memiliki izin edar serta sertifikasi halal. Selain itu, citra merek juga terbangun dari

lamanya produk ini hadir dipasaran kurang lebih selama 17 tahun, sehingga produk SKM telah dikenal luas dan dipercaya oleh konsumen. Konsistensi dalam menjaga mutu dan tampilan produk juga turut memperkuat citra positif di mata konsumen, sehingga menumbuhkan kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa harga, kualitas produk, dan citra merek memiliki peran yang penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha seperti UD Sehat Sejahtera Bersama untuk memahami faktor-faktor yang mendorong konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk Susu Kedelai Madu (SKM). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama di Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga, kualitas produk, dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama di Kabupaten Jember?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama di Kabupaten Jember?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama di Kabupaten Jember?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami hal-hal berikut:

1. Menguji, Menganalisis dan memahami pengaruh harga, kualitas produk, dan

citra merek secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama di Kabupaten Jember.

2. Menguji, menganalisis dan memahami pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama di Kabupaten Jember.
3. Menguji, menganalisis dan memahami pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama di Kabupaten Jember.
4. Menguji, menganalisis dan memahami pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai belak pihak seperti:

1. Bagi Perusahaan (UD Sehat Sejahtera Bersama)

Melalui penelitian ini, diharapkan pihak UD Sehat Sejahtera Bersama bisa mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi terhadap keputusan pembelian produk SKM, terutama dalam hal harga, kualitas produk, dan citra merek. Hasil penelitian ini bisa membantu perusahaan dalam mengevaluasi strategi pemasarannya dan menentukan langkah-langkah yang lebih tepat untuk menjaga pelanggan tetap setia terhadap produk Susu Kedelai Madu (SKM).

2. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi tambahan dalam kajian-kajian pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian di sektor UMKM minuman. Selain itu, hasil penelitian ini juga bisa digunakan oleh peneliti lain yang ingin mengangkat tema serupa dengan pendekatan kuantitatif, atau bahkan mengembangkan lebih lanjut dengan pendekatan yang berbeda.

3. Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini menjadi kesempatan untuk menerapkan ilmu yang

telah dipelajari selama kuliah, terutama dalam bidang manajemen pemasaran dan penelitian kuantitatif. Selain itu, proses ini juga membantu penulis memahami secara langsung bagaimana kondisi nyata di lapang, serta melatih kemampuan berpikir analitis dan menyusun argumen berdasarkan data.