

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumen merupakan sasaran utama yang perlu diperhatikan oleh produsen atau perusahaan, karena masing-masing konsumen pasti mempunyai sikap dan pandangan yang berbeda-beda atas suatu produk. Perusahaan harus mampu menyesuaikan produknya sesuai keinginan pasar agar dapat diterima konsumen dan bisa bersaing dengan produk-produk lainnya. Perusahaan akan mengalami kegagalan bahkan kebangkrutan jika perusahaan tidak mampu menyesuaikan produknya agar lebih bisa di terima masyarakat.

Kecap manis adalah bumbu dapur yang berupa cairan kental yang berwarna hitam dan rasanya manis. Bahan baku yang digunakan adalah kedelai hitam, gula kelapa, garam, dan air. Kecap jenis ini sangat mudah ditemukan di Indonesia, dan menjadi salah satu bahan masakan penting dalam masakan Indonesia. Kecap manis sering sekali digunakan masyarakat Indonesia sebagai bumbu tambahan guna mempersedap dan memperkaya rasa masakan. Tidak sedikit pula hidangan yang mewajibkan tambahan kecap manis. Seperti Sate, Soto, Bakso, Mie Ayam, Tahu Telur, Tongseng, Semur, dan masih banyak lagi. Kecap manis juga kerap kali dicampur dengan sambal menjadi sambal kecap. Variasi rasa kecap disebabkan perbedaan pengolahan

dan durasi proses produksi, dan juga perbedaan bumbu serta kualitas bahan baku yang dicampurkan kedalamnya.

Pemenuhan kebutuhan pangan bagi manusia tidak hanya dari bahan pokok yang mengandung karbohidrat saja, tetapi juga harus dilengkapi oleh bahan makanan lain yang mengandung protein. Kecap manis merupakan salah satu produk olahan dari kedelai yang memiliki kandungan protein yang cukup banyak. Kecap manis banyak di konsumsi oleh masyarakat karena selain guna mempersedap dan memperkaya rasa masakan, kecap manis juga mempunyai kandungan gizi yang cukup baik bagi tubuh manusia.

Seiring dengan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan yang bergizi, masyarakat banyak menambahkan kecap manis pada masakannya. Selain kecap manis mempunyai kandungan gizi yang baik, kecap manis juga merupakan bumbu pelengkap guna mempersedap dan memperkaya rasa masakan.

Setiap konsumen pasti memiliki kriteria produk ideal yang ditinjau dari sikap konsumen. Sikap konsumen merupakan salah satu faktor penting yang akan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, para pemilik usaha harus mampu menyesuaikan produknya guna memenangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Era globalisasi menyebabkan persaingan yang sangat ketat antara perusahaan yang memasarkan produk yang sama. Tidak hanya perusahaan

multinasional, perusahaan lokal pun tak luput dari ketatnya persaingan saat ini. Para pemilik perusahaan lokal ini harus terus memutar otaknya lebih keras lagi untuk memikirkan dan merencanakan strategi guna menyaring para konsumen agar tetap mampu dan tidak tergerus oleh zaman,

Salah satu produk olahan yang memiliki banyak pesaing adalah kecap manis. Kecap manis telah banyak dipasarkan ke berbagai tempat di Kota Blitar. Terdapat banyak sekali produk kecap manis dengan berbagai variasi bentuk kemasan dan jenis ukuran yang beredar di Kota Blitar. Tidak hanya datang dari merek yang berskala nasional saja, tetapi lebih dari 10 merek kecap manis datang dari Kota Blitar yang ikut meramaikan ketatnya persaingan saat ini. Oleh karena itu, pemilik perusahaan kecap manis harus merencanakan dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat guna memenangkan ketatnya persaingan saat ini. Dari berbagai merek dan produk dipasar lokal, peneliti mengambil produk Kecap Sempurna sebagai obyek dalam penelitian ini.

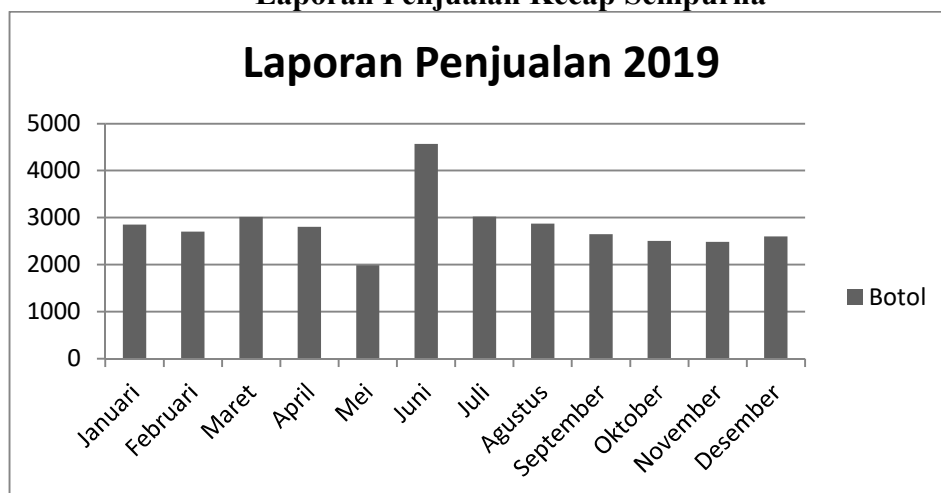
UD. Kecap Sempurna merupakan salah satu perusahaan yang ada di Kabupaten Blitar yang bergerak dalam bidang produksi kecap manis dengan pilihan rasa dan kualitas yang baik. Perusahaan ini sebenarnya memiliki daya saing yang tinggi namun pada tahun 2019, penjualan kecap sempurna terlihat tetap tidak ada peningkatan yang berarti bahkan cenderung menurun. Padahal perusahaan yang baik seharusnya dapat terus meningkatkan penjualannya dari waktu ke waktu agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Melihat begitu pentingnya sebuah penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian sebuah produk maka atas dasar latar belakang masalah tersebut maka peneliti memutuskan melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP SEMPURNA”**.

B. Permasalahan

Kecap Sempurna merupakan salah satu merek kecap yang paling dikenal di Kabupaten Blitar. Dengan pilihan rasa dan kualitas yang baik, kecap ini banyak diminati oleh masyarakat Kabupaten Blitar. Namun dengan banyak dan ketatnya persaingan saat ini, berdampak pada permintaan konsumen terhadap kecap merek Sempurna. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.2

Tabel 1. 2
Laporan Penjualan Kecap Sempurna



Pada tahun 2019, penjualan kecap merek Sempurna terlihat tetap tidak ada peningkatan yang berarti bahkan cenderung menurun. Oleh karena itu, perusahaan harus fokus dalam membidik pasar sasarnya. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk membuat penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kecap merek Sempurna.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diambil peneliti adalah faktor apa saja yang melatarbelakangi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk Kecap Sempurna ?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk Kecap Sempurna.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat menjadikan penuliss mendalami masalah yang diteliti dan menjadikanya bijak dalam mengaplikasikan penyelesaian masalah yang dihadapi.

2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan para konsumennya.
3. Bagi pihak lain, sebagai tambahan ilmu yang terkait dengan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.