

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sambal pecel merupakan salah satu makanan khas Indonesia yang mampu bertahan sampai saat ini, dimana makanan berat telah menjamur di wilayah Indonesia. Perusahaan dagang atau usaha dagang sambel pecel merupakan salah satu faktor penggerak perekonomian di wilayah kota dan kabupaten Blitar. Begitu banyak masyarakat yang membangun usaha sambel pecel di wilayah kota dan kabupaten Blitar, Salah satunya adalah UD Sambel Pecel Al-Barokah, Yang berdiri pada tahun 1998 dan terletak di Desa Bangsri Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar. Keberhasilan usaha ini tidak hanya bertumpu pada manajemen produksi saja, namun juga pada manajemen pemasaran. UD Sambel pecel Al-Barokah ini optimis ingin memenuhi kebutuhan pasar atau masyarakat yang cenderung ingin instan, higienis tapi tetap sehat.

Segmen yang sasaran strategis UD Sambel Pecel Al-Barokah ini adalah konsumen kalangan kelas ekonomi menengah hingga keatas. Target pasar ini memberlakukan standar kualitas yang cukup tinggi untuk setiap jenis sambel pecel Al-Barokah , seperti bahan baku sambel yang berkualitas dan masih segar. Hal ini semakin diperkuat lagi dengan variasi produk dan atribut produk seperti kualitas kemasan yang bagus serta menarik dan harga yang kompetitif. Oleh karena itu, produk sambel pecel

Al-Barokah ini tidak menggunakan bahan-bahan yang mengandung bahan kimia, seperti pengawet, dan bahan pewarna buatan, sehingga hanya bertahan hingga 3 bulan namun sambel pecel ini keunggulannya adalah tidak mengandung zat atau bahan kimia yang berdampak buruk bagi konsumen, sebab sambel pecel Al-Barokah tersebut terbuat dari bahan-bahan alami sehingga sangat aman bagi konsumen. Sambel pecel Al-Barokah ini selain aman bagi kesehatan, sambel pecel Al-Barokah ini juga sangat praktis untuk ditambahkan ke menu sarapan. Oleh karena itu sangat cocok untuk kebutuhan masyarakat masa kini yang ingin instan dan higienis dan tetap aman bagi kesehatan.

Keputusan pembelian konsumen mencakup seluruh proses yang diikuti konsumen untuk mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif, dan memilih di antara pilihan pembelian mereka. Indikator keputusan pembelian meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi berbagai alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa untuk mencapai tahap keputusan pembelian diperlukan informasi yang komprehensif dan menarik untuk merangsang dan mempengaruhi keputusan konsumen. Tugas pemasar adalah memberikan informasi yang lengkap mengenai suatu produk agar konsumen mengetahui manfaat dan hal-hal yang akan diperoleh dari suatu produk tersebut. Faktor-faktor yang berhubungan dengan kualitas produk, harga dan kemasakan merupakan faktor utama

yang menjadi perhatian konsumen dalam membeli dan menggunakan produk.

Kemasan sangat berfungsi sebagai pelindung untuk sebuah produk, khususnya produk makanan dan minuman, namun kemasan juga mempunyai pengaruh dalam menarik konsumen. Kemasan memiliki lima indikator yaitu warna, bahan, bentuk, ukuran, logo. Pada kemasannya juga terdapat informasi mengenai produk, merk, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa dan lain-lain bagi konsumen. Pengemasan juga merupakan salah satu proses yang sangat penting untuk menjaga kualitas produk dan juga untuk menjaga keamanan produk. Artinya kemasan sudah menjadi alat pemasaran, karena peran kemasan mampu menciptakan nilai tersendiri bagi konsumen. Tujuan perusahaan dalam mengemas suatu produk adalah bagaimana produk tersebut dapat menarik perhatian dan dibeli oleh konsumen. Kemasan juga akan mempengaruhi keputusan pembelian produk, artinya akan mempengaruhi tingkat penjualan akan sebuah produk. Kemasan merupakan hal pertama yang dilihat dan menarik perhatian konsumen. Elemen kemasan yang menyusun kemasan berperan penting dalam memengaruhi preferensi merek.

Harga adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk suatu barang atau jasa atau nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat, kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Indikator harga meliputi penetapan harga jual, elastisitas harga, perbandingan harga pesaing. Untuk sejumlah konsumen sambel pecel, harga sering kali

menjadi prioritas utama dalam menentukan produk yang akan dibelinya. Dengan semakin banyaknya variasi produk yang ditawarkan di pasar, konsumen akan semakin sensitif terhadap perubahan harga dan cenderung beralih ke produk lain yang menawarkan harga yang lebih murah. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka saya tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh harga dan kemasan terhadap keputusan pembelian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Sambel Pecel Al-Barokah di Desa Bangsri Kabupaten Blitar”

B. Permasalahan

Kemasan produk dan harga merupakan suatu hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk. Dikarenakan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk konsumen selalu dari berbagai aspek salah satunya adalah dari segi kemasan dan harga. Dari segi kemasan berhubungan dengan variasi dan keamanan kemasan produk. Sedangkan dari segi harga konsumen akan membeli produk dengan harga yang murah juga dengan tampilan produk yang menarik. Dalam produk makanan konsumen sebagian besar konsumen tertarik dengan tampilan kemasan produk yang menarik tetapi dengan harga yang tidak terlalu mahal.

Kemasan sambel pecel merupakan hal yang harus diperhatikan. Kemasan produk harus bisa mencegah ataupun meminimalkan terjadinya kerusakan pada produk yang dikemas, karena fungsi dari produk itu

sendiri adalah untuk melindungi dari berbagai berbagai faktor yang dapat merusak produk, seperti kondisi cuaca, dan proses pengangkutan. Kemasan pelindung produk mempunyai kemampuan untuk mencegah atau meminimalisir adanya kerusakan dan resiko kesalahan yang dapat merugikan pembeli atau penjual. Salah satu hal terpenting dalam membuat kemasan adalah anda perlu mendesain kemasan agar unik, kreatif, dan berbeda dari produk lain tetapi juga tetap memperhatikan keamanan produk. Dengan membuat kemasan yang unik dan aman pada produk, maka minat pembeli untuk membeli produk akan meningkat. Pada kemasan produk juga harus mencantumkan informasi produk di setiap kemasan. Seperti bahan produk, jenis, cara konsumsi dan tanggal kadaluarsa.

Akan tetapi di UD sambel pecel Al-Barokah ini masih sering ditemui kemasan sambel pecel yang kurang aman, sering ditemui kemasan sambel pecel berminyak karena penutupan kemasan yang kurang merekat. Keputusan pembelian seringkali memerlukan pertimbangan-pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli dari faktor-faktor tersebut. Pembeli akan cenderung menentukan pilihan membeli produk yang memiliki kemasan menarik dan dirasa aman dapat melindungi produk agar tetap bersih dan dengan harga yang terjangkau. Dengan mematok harga yang murah dan sesuai dengan harga pasar. Dengan menetapkan harga yang konsisten dan sesuai tentunya akan memudahkan perusahaan dalam bersaing dengan kompetitornya. Masalah

yang terjadi pada sambel pecel al-barokah dapat memicu sambel pecel al-barokah untuk dapat menerapkan strategi dengan baik dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian, perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Tabel 1.1
Perbandingan Harga
Perbandingan harga sambel pecel kemasan 1kg

No	Produk	Al barokah	Berkah	Karunia
1.	Sambel pecel pedas	35.000	36.000	35.000
2.	Sambel pecel pedas sedang	33.000	34.000	33.000
3.	Sambel pecel non cabe	33.000	34.000	33.000

Sumber : Data Primer, 2023

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sambel pecel Al-barokah di Desa Bangsri ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sambel pecel Al-barokah di Desa Bangsri ?
3. Apakah kemasan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sambel pecel Al-barokah di Desa Bangsri ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh dari kemasan terhadap keputusan pembelian produk sambel pecel Al-barokah di Desa Bangsri?
2. Untuk menganalisis pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian produk sambel pecel Al-barokah di Desa Bangsri?
3. Untuk menganalisis pengaruh dari harga dan terhadap keputusan pembelian produk sambel pecel Al-barokah di Desa Bangsri?

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan daya beli konsumen melalui variabel-variabel yang mempengaruhinya.

2. Bagi Peneliti

Semoga penelitian ini dapat menjadi sarana pelatihan dan perluasan pengetahuan bagi para peneliti di bidang manajemen pemasaran terkait dengan keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Sebagai referensi bagi para peneliti selanjutnya yang memfokuskan penelitiannya pada harga dan kemasan untuk mengambil keputusan pembelian produk.