

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, perkembangan dunia bisnis khususnya bidang industri minuman sangatlah pesat terutama pada masa pandemi covid-19. Beberapa perusahaan minuman berusaha menciptakan produk minuman yang menyehatkan bagi tubuh. Virus covid-19 merupakan jenis virus baru yang menyerang sistem pernapasan. Virus ini bisa menyerang siapa saja, seperti lansia (golongan usia lanjut), orang dewasa, anak-anak, dan bayi, termasuk ibu hamil dan ibu menyusui. Infeksi virus corona disebut Covid-19 (Corona Virus Disease 2019) dan pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular dengan sangat cepat dan telah menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia, hanya dalam waktu beberapa bulan.

Dalam hal ini, susu beruang merek bear brand tengah mendapatkan perhatian khalayak beberapa waktu belakangan ini. Susu bear brand digadang-gadang dan dianggap berkhasiat menangkal virus corona. Barang ini pun menjadi langka dan banyak dicari di tengah pandemi Covid-19 yang kembali melonjak. Terdapat beberapa fakta tentang susu bear brand yang banyak diburu dan disebut menangkal Covid-19. Pertama susu bear brand diklaim terbuat dari 100 persen susu murni. Susu telah mengalami proses sterilisasi tanpa penambahan bahan pengawet, sehingga bisa langsung dikonsumsi. Susu beruang mempunyai dua varian, yaitu *bear brand gold*

white tea dan *bear brand gold white malt*. *bear brand gold white tea* mengandung teh putih yang diperoleh dari daun teh pilihan, dilengkapi dengan vitamin A, C, dan E yang membantu proses regenerasi kulit dan mencegah kerusakan sel kulit lebih dini. Sedangkan, *bear brand gold white malt* mengandung malt serta vitamin B1, B2, dan B12 yang membantu mempercepat proses pengolahan energi.

Kedua karena banyak diburu, maka harga naik, anggapan sepihak dari sebagian masyarakat bahwa susu beruang dapat menangkal Covid-19, membuat harga susu ini naik signifikan di pasaran. Oleh sebab itu, secara maksimal pihak perusahaan berusaha untuk terus memasok produk susu bear brand agar bisa memenuhi permintaan masyarakat. Susu memang meningkatkan imunitas tubuh, tetapi bukan berarti harus memilih produk susu tertentu untuk dikonsumsi. Susu mempunyai kandungan nilai gizi yang baik, protein, dan mineral. Sejumlah protein dalam susu dapat meningkatkan imunitas tubuh seperti *protein whey*, *lactoferrin*, *laktalbumin*, dan asam-asam amino esensial yang diperlukan tubuh. Susu dapat dikonsumsi setiap waktu, tetapi lebih baik dikonsumsi setelah makan.

Pada masa pandemi covid-19 jumlah penjualan minuman bear brand semakin meningkat, termasuk juga pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep. Hal ini dikarenakan khasiat dari minuman bear brand yang dipercaya dapat memberikan kesehatan terlebih dalam masa kecemasan terpapar virus Covid-19. Selain itu, rekomendasi mulut ke mulut masyarakat yang mempercayai bahwa susu bear brand dapat

menyembuhkan penyakit terutama gejala-gejala pada Covid-19. Hal ini memicu terjadinya *panic buying* di dalam masyarakat.

Ada berbagai cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan minat beli terhadap produk yang ditawarkan. Salah satunya adalah mempelajari dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Beberapa konsumen beranggapan bahwa kualitas produk yang unggul akan menduduki posisi pertama dalam benak mereka. Bahkan beberapa konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk apabila harga produk tersebut sesuai dengan kualitas yang ditawarkannya.

Memuaskan keinginan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan termasuk juga oleh perusahaan PT. Nestle Indonesia dengan produk susu merk bear brand. Selain sebagai faktor penting dalam keberlangsungan suatu usaha, memuaskan keinginan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap kualitas produk cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari.

Dimana kualitas produk merupakan berbagai hal yang bisa ditawarkan oleh produsen guna mendapatkan perhatian, diminati, dibeli, dicari dan dikonsumsi atau dipergunakan pasar agar keinginan atau kebutuhan pasar terkait dan bisa terpenuhi. Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global. Kualitas Produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan

lingkungan. Kualitas produk juga merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kualitas saat ini berkualitas mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Sementara itu, harga merupakan sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk. Harga adalah sesuatu yang harus diberikan kepada pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran serta merupakan sejumlah uang dan barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang lain yang disertai dengan penerimaan produk.

Kesadaran akan kesehatan pada masyarakat Indonesia membuat perusahaan melakukan berbagai macam cara untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Perusahaan melakukan penelitian yang berkepanjangan untuk menciptakan produk-produk tersebut. Produsen berusaha untuk mencari dan menemukan cara-cara efektif untuk mengenalkan produk kesehatan miliknya agar konsumen bisa tertarik dan membeli produk kesehatan tersebut.

Salah satunya adalah susu bear brand PT. Nestle Indonesia merupakan perusahaan manufaktur yang salah satu varian produknya (bear brand) bergerak dalam bidang produksi susu sterilisasi. Susu bear brand adalah susu sapi yang telah disterilkan yang mengandung kalori lengkap, sehingga cocok untuk dikonsumsi segala usia. Susu bear brand tetap diminati oleh masyarakat sekalipun harga perkemasan kalengnya lebih mahal dibandingkan dengan

susu kemasan merek lain. Kemasan yang terbuat dari kaleng tentu saja memiliki keunggulan yaitu tidak mudah robek, pecah, rusak, ataupun penyok.

Berkaitan dengan kualitas produk, susu bear brand selalu meraih posisi pertama dalam Kategori Susu Cair dalam Kemasan menurut Top Brand Award. Berikut adalah data dari Top Brand Award 2018-2020 kategori susu cair dalam kemasan:

Tabel 1.1
Top Brand Award Susu Cair dalam Kemasan 2018-2020

Merek	Top Brand Indeks		
	2018 (%)	2019 (%)	2020 (%)
Bear Brand	36,1	44.1	44.7
Ultra Milk	21.6	23.0	21.2
Indomilk	15.6	19.0	17.4
Frisian Flag	8.1	3.3	4.1
Milo	7.3	5.0	6.0
Milkuat	3.6	3.1	3.4

Sumber : www.topbrand-award.com.

Dari Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa bear brand selalu berada di peringkat pertama pada setiap tahunnya. Hal ini tentunya bersaing dengan susu UHT dan susu pasteurisasi merek lain yang merupakan hasil dari produk susu cair pemain lama yaitu Ultra Milk, Indomilk, Frisian Flag. Bear Brand bahkan mampu mengalahkan peringkat Milo dan Milkuat yang juga merupakan pemain lama dalam bidang susu cair.

Sementara sesuai data penjualan susu bear brand pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di era covid-19 adalah sebagaimana tabel berikut:

Tabel 1.2
Data Penjualan Susu Bear Brand tahun 2018-2021

No	Tahun	Penjualan Susu Bear Brand
1	2018	181 Dus dengan 30 pcs/dus
2	2019	211 Dus dengan 30 pcs/dus
3	2020	433 Dus dengan 30 pcs/dus
4	2021	619 Dus dengan 30 pcs/dus

Sumber : Swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep.

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, bahwa data penjualan susu bear brand pada Swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di Era Covid-19 ini mengalami peningkatan dari setiap tahunnya. Dimana penjualan pada tahun 2018 hingga 2021 mengalami peningkatan yang sangat pesat.

Sebagaimana permasalahan-permasalahan yang telah dipaparkan di atas, melatar belakangi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand pada Swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di Era Covid-19”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian susu bear brand pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di era Covid-19 ?

1.2.2 Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian susu bear brand pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di era Covid-19 ?

1.2.3 Diantara kualitas produk dan harga manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu bear brand pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di era Covid-19 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendakkan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian susu bear brand pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di era Covid-19.

1.3.2 Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian susu bear brand pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di era Covid-19.

1.3.3 Untuk mengetahui diantara kualitas produk dan harga manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu bear brand pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di era Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Sebagai referensi bagi peneliti di bidang ilmu pemasaran dan dapat menambah pengalaman dan mempraktekkan segala bentuk teori pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah cakrawala berpikir serta wawasan pengetahuan bagi penulis dalam menjalankan kehidupan dan memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai kualitas produk dan harga susu bear brand terhadap keputusan pembelian di era covid-19.

b. Bagi perusahaan

Swalayan Baroqah di Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep. Diharapkan hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi bahan masukan atau input bagi manajemen perusahaan, guna mempertimbangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk dan harga serta memperbaiki kinerja untuk pengembangan kedepan, sehingga keputusan konsumen akan lebih baik atau meningkat.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang dipertimbangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas

pelayanan dan memperbaiki kinerja untuk pengembangan kedepan, sehingga keputusan konsumen lebih diperhatikan yang muaranya adalah ada peningkatan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian susu bear brand pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di Era Covid-19.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial, simultan dan diantara keduanya manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu bear brand pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di era Covid-19.

Lokasi penelitian ini adalah swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di Era Covid-19 pada tahun 2022. Penelitian ini akan berlangsung kurang lebih lima bulan, yaitu dari bulan November 2021 sampai dengan Maret 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pembeli susu bear brand pada swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep.

Penelitian menggunakan penelitian kuantitatif untuk menganalisa pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian susu bear brand pada Swalayan Baroqah Desa Sadulang Kecamatan Sapeken Kabupaten Sumenep di Era Covid-19.