

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kondisi bisnis pada masa sekarang ini konsep pemasaran harus digunakan dengan tepat untuk mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran berawal dari ide untuk mencapai laba jangka panjang, dalam hal itu perusahaan perlu memahami keinginan konsumen. Perusahaan harus membagi konsumen kedalam beberapa tipe dan melakukan analisis keinginan dari masing masing tipe konsumen.

Pemasaran ialah suatu kegiatan bisnis yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Semua orang di perusahaan terlibat dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal. Melayani dan memuaskan konsumen akan berdampak baik terhadap perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat menyebabkan persaingan antar perusahaan baik barang maupun jasa semakin hari semakin ketat. Perusahaan harus mampu menggunakan strategi pemasaran yang tepat agar keberlangsungan kegiatan usahanya tetap berjalan dengan baik. Usaha makanan pokok, termasuk daging mentah mengalami peningkatan yang sangat pesat.

Tingginya permintaan akan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap konsumsi daging menyebabkan penjualan daging semakin meningkat, di mana setiap tahunnya penyediaan daging dituntut untuk lebih

banyak. Semakin banyak penjual daging menyebabkan persaingan di dunia bisnis daging semakin hari semakin ketat, sehingga penjual daging dituntut untuk dapat memberikan inovasi yang menarik perhatian konsumen. Penjual daging perlu memperhatikan penerapan konsep pemasaran seperti perilaku konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Keputusan pembelian menjadi tahap evaluasi yang membuat para konsumen menyusun daftar peringkat barang didalam peringkat pilihannya, yang mana tahap evaluasi tersebut akan menciptakan keinginan untuk melakukan pembelian, sehingga konsumen akan membeli barang yang paling mereka sukai dan inginkan.

Keputusan pembelian konsumen itu hal yang penting dalam kemajuan perusahaan, karena jika konsumen membeli produk atau jasa semakin besar, maka akan semakin besar juga peluang perusahaan untuk mendapatkan keuntungan . Banyaknya konsumen yang membeli barang dan jasa pada perusahaan tersebut akan menimbulkan loyalitas konsumen hal tersebut menunjukkan keputusan pembelian tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan.

Harga merupakan alat tawar menawar dalam melakukan pembelian barang atau jasa. Harga menjadi salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga digunakan sebagai alat dalam membantu penjualan, yang juga digunakan untuk membangun citra jangka panjang suatu produk. Harga harus mampu membujuk konsumen agar menarik minat konsumen sehingga mampu memberikan

keuntungan bagi perusahaan. Harga sangat berperan penting yang dapat mempengaruhi seseorang untuk memilih produk.

Table 1.1
Perbandingan Harga dengan penjual daging lain

Tempat	Harga			
	Daging A	Daging B	Daging C	Daging D
UD.Barokah	120.000/kg	50.000/kg	110.000/kg	100.000/kg
UD.Ishak	110.000/kg	50.000/kg	110.000/kg	100.000/kg
UD.Abadi	110.000/kg	50.000/kg	110.000/kg	100.000/kg

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2023

Penjual daging yang lain lebih memilih membeli sapi lokal karena harganya lebih murah ketimbang sapi dari luar Sumenep, sedangkan pada UD.Barokah memilih membeli sapi dari luar Sumenep meskipun lebih mahal tetapi sapi luar kualitasnya lebih bagus dan sapinya lebih besar ketimbang sapi lokal. Hal tersebut yang menyebabkan harga di UD.Barokah pada daging A lebih mahal ketimbang penjual lain.

kualitas produk ialah kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi fungsinya dengan baik sesuai keinginan konsumen. Kualitas produk juga menjadi bagian dari strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Perusahaan yang menjadikan kualitas sebagai alat yang dapat memberikan keunggulan bersaing terhadap pesaing-pesaing didalam menguasai pasar. Dalam membeli suatu barang atau jasa konsumen akan sangat memperhatikan kualitas dari produk tersebut, jika produk yang diberikan perusahaan terbukti baik, maka konsumen tertarik untuk membeli dan konsumen juga akan memberikan loyalitasnya terhadap perusahaan.

Kualitas daging sapi pada UD.Barokah terkenal dengan kualitasnya yang bagus tetapi jika dalam sehari tidak habis terjual dan menyisahkan daging sapi, yang dilakukan penjual dengan cara menyimpan daging di dalam box kayu yang di isi dengan es batu, tanpa disadari hal itu akan menyebabkan daging tidak fresh lagi di keesokan harinya. Cara memajang daging tanpa ditutup plastik atau penutup lain membuat daging gampang terkena debu, dan juga konsumen yang sering menyentuh daging dapat menyebabkan daging tidak higienis.

Kemasan ialah wadah yang digunakan untuk membungkus suatu produk. Kemasan juga telah menjadi salah satu faktor seorang konsumen dalam mengambil keputusan ketika ingin membeli sebuah produk. kemasan produk menjadi tempat yang bisa melindungi produk didalam kemasan, juga berguna agar terlindung dari bahaya bakteri yang bisa membuat produk menjadi rusak dan tidak higienis. Kemasan produk juga dapat berfungsi sebagai daya tarik konsumen, oleh sebab itu desain kemasan harus dipikirkan dengan sebaik mungkin dan menarik.

UD.Barokah menggunakan plastik yang tidak ramah lingkungan, dalam sehari UD.Barokah bisa menghabiskan puluhan pack plastik. Seperti yang kita ketahui sampah plastik di Indonesia khususnya di Kabupaten Sumenep pada tahun 2022 tercatat menghasilkan sampah plastik sebanyak 32 ton (Halo Madura 2022), dan setiap tahunnya mengalami peningkatan. Kurangnya kesadaran diri penjual dan konsumen akan sampah plastik

terkadang membeli puluhan kilo gram daging sapi meminta untuk dibungkus per kilo gram, dengan itu pengeluaran plastik semakin banyak.

Tren belanja masyarakat sejak bulan ramadhan yang berlangsung pada bulan Maret 2023 hingga menyambut hari raya idul fitri pada bulan april 2023 menarik perhatian untuk diteliti, mengingat terdapat banyak adaptasi kebiasaan baru yang harus dilakukan selama bulan ramadhan dan menyambut hari raya idul fitri. Setiap menyambut bulan suci ramadhan dan menyambut hari raya idul penjualan daging selalu mengalami kenaikan yang sangat signifikan. Konsumen berbondong - bondong membeli daging untuk diolah menjadi berbagai macam olahan menu buka puasa dan sahur. Banyak sekali konsumen yang membeli daging tidak hanya untuk menu dirumah tetapi konsumen mengolah menjadi berbagai macam olahan daging untuk dijual di pasar- pasar Ramadhan dan dipinggir jalan yang biasanya banyak orang-orang menjual takjil.

Pada saat menyambut hari raya idul fitri tidak kalah antusiasnya konsumen untuk membeli daging untuk diolah menjadi berbagai macam masakan, mengingat hari raya idul fitri menjadi ajang kumpul keluarga besar. Hal itu membuat tuan rumah menjadi antusias memasak agar dapat dimakan bersama keluarga habis sholat eid. Biasanya daging sapi diolah menjadi sate, rendang, soto dan lain sebagainya. Pada UD. Barokah sendiri dalam menyambut hari raya idul fitri dapat menghabiskan 1 kwintal daging khusus untuk pesanan pentol bakso karena UD. Barokah tidak hanya menjual daging tetapi juga membuka pesanan pentol bakso, ketika H-1 hari

raya idul fitri UD.Barokah bias menyebelih 5-6 ekor sapi dalam sehari, tentu hal tersebut sangat memberikan keuntungan besar pada UD. Barokah sendiri.

UD.Barokah berdiri pada tahun 2006. Awal mula berdirinya UD.Barokah ialah keinginan H.Isa untuk merintis usaha daging sapi di Manding. Selang 2 tahun berjualan di Manding, H.Isa memutuskan untuk menambah usaha bisnis daging sapi di Pasar Anom Sumenep, yang menggantikan berjualan di Manding yaitu adik kandungnya yang bernama Susmiyati. Fokus di Pasar Anom akhirnya H.Isa membelah usaha bisnis daging sapi yang di Manding seutuhnya dipegang adiknya, yang awalnya berbagi hasil dengan adiknya sejak saat itu UD.Barokah di urus adiknya tidak ada campur tangan dan berbagi hasil dengan H.Isa. Seiring meningkatnya UD.Barokah sekarang memiliki 3 Karyawan, 2 orang tugasnya untuk menyebelih sapi, dan 1 orang lagi tugasnya membantu di pasar.

Kelebihan dari UD. Barokah yaitu menyediakan berbagai jenis daging lebih lengkap dari penjual yang lain. Terkenal dengan keramahan dari penjual dan karyawannya, hal tersebut membuat orang nyaman untuk membeli daging di UD.Barokah. Keunggulan lainnya ialah mempunyai jasa antar daging untuk pelanggan setia dan tidak dikenai biaya sepeserpun, dengan adanya jasa antar gratis membuat UD.Barokah mempunyai banyak konsumen yang loyal.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan, maka penulis akan meneliti dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi Pada UD.Barokah Manding”.

Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

Apakah Ada Pengaruh Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi di UD. Barokah Manding?

Apakah Ada Pengaruh Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi di UD. Barokah Manding?

Apakah Ada Pengaruh Kemasan, Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi di UD. Barokah Manding?

Apakah Ada Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kemasan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi Pada UD. Barokah Manding?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui Pengaruh Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi Pada UD. Barokah Manding

Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi Pada UD. Barokah Manding

Untuk mengetahui Pengaruh Kemasan, Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi Pada UD. Barokah Manding

Untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kemasan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi Pada UD. Barokah Manding

Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan memperoleh bagi pihak yang terkait antara lain :

Bagi Penulis

Menambah wawasan di bidang pemasaran berdasarkan teori yang sudah didapatkan dibangku perkuliahan, serta menambah pengetahuan tentang Harga, Kualitas Produk dan Kemasan

Bagi UD. Barokah

Diharapkan dapat menjadi referensi dan bermanfaat bagi perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya dalam hal pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kemasan untuk meningkatkan penjualan daging sapi

Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan akan menjadi referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penulis lain yang ingin melakukan penelitian tentang Harga, Kualitas dan Kemasan

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini hanya membatasi pada pengaruh Harga, Kualitas, dan Kemasan secara simultan maupun secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi pada UD.Barokah di Pasar Manding.

