

## BAB I PENDAHULUAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak di Asia dengan lebih dari 270 juta jiwa penduduk, Indonesia menjadi lahan bisnis yang menguntungkan bagi pelaku industri, salah satunya adalah industri makanan dan minuman. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian (2022), pada triwulan III/2022, industri makanan dan minuman tumbuh positif di angka 3.57% secara year-on-year. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya jumlah perusahaan yang beroperasi di Indonesia dan secara otomatis akan menimbulkan persaingan yang ketat diantara para pelaku bisnis usaha karena banyaknya produk yang beredar pasar nasional.

Salah satu jenis produk yang ditawarkan di pasar adalah susu cair dalam kemasan siap minum. Berbeda dengan jenis produk susu lainnya seperti susu bubuk dan susu kental manis, susu cair dalam kemasan siap minum lebih praktis untuk di konsumsi. Hadirnya susu cair dalam kemasan siap minum diharapkan meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaatnya meminum susu. Susu merupakan makanan alami yang hampir sempurna, sebagian besar zat gizi esensial ada dalam susu diantaranya yaitu protein, kalsium, fosfor, vitamin A, dan vitamin B1.

Di Indonesia, salah satu merek susu cair dalam kemasan siap minum yang terkenal adalah Ultra Milk. Ultra Milk merupakan produk unggulan dari PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. Dalam proses produksi, perusahaan menggunakan teknologi Ultra High Temperature (UHT) yang dikolaborasikan dengan teknologi pengemasan aseptik. Penggunaan teknologi UHT bertujuan untuk mengeliminasi bakteri patogen, menjaga kesegaran susu, serta menjaga kandungan nutrisi yang ada pada susu. Setelah proses produksi selesai, selanjutnya dikemas dalam





kemasan aseptik untuk melindungi susu dari sinar ultra violet, udara, dan bakteri yang mungkin akan mengkontaminasi susu.

**Gambar 1.1**  
**Logo PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk**



Sumber Gambar : <https://id.wikipedia.org/wiki/Ultrajaya>

Ultra Milk merupakan susu yang pertama kali menggunakan teknologi UHT di Indonesia, Ultra Milk dapat menjadi produk yang berkualitas tahan lama tanpa ada kerusakan dari luar sebelum untuk dikonsumsi. Melihat peluang pasar yang besar, produsen lain juga menggunakan teknologi yang sama dengan Ultra Milk, yaitu UHT dan kemasan aseptik.

Persaingan yang ketat di antara produsen susu secara tidak langsung mengharuskan PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk untuk dapat menciptakan produk dengan kepercayaan merek dan citra merek yang kuat di masyarakat juga harus memiliki kualitas yang baik, sehingga dapat mendorong keputusan pembelian konsumen, sesuai dengan teori menurut Kotler dan Keller (2016:179) bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Berikut adalah Tabel 1.2 yang menyajikan data rating produk susu cair dalam kemasan siap minum di Indonesia tahun 2018 - 2022 berdasarkan Top Brand Index.



**Tabel 1.1**  
**Top Brand Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum Di Indonesia**  
**Tahun 2018 - 2022**

Brand	2018	2019	2020	2021	2022	
Ultra Milk	40.6%	42.7%	31.8%	32.9%	36.0%	TOP
Frisian Flag	15.1%	17.2%	21.9%	18.4%	15.5%	
Indomilk	18.5%	12.5%	14.5%	11.9%	11.0%	
Bear Brand	8.8%	12.3%	14.3%	18.8%	18.2%	
Milo	7.6%	4.8%	5.3%	4.8%	5.2%	

Sumber : Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com))

Pengukuran rating pada tabel 1.1 didasarkan pada pangsa pasar yang dikuasai oleh sebuah brand. Maka dapat disimpulkan bahwa selama lima tahun berturut-turut Ultra Milk berhasil menjadi market leader susu cair dalam kemasan siap minum di Indonesia. Melihat pencapaian ini, dapat di indikasikan bahwa pihak perusahaan telah mampu mempertahankan brand trust dan brand image konsumen terhadap produk Ultra Milk.

Menurut Delgado dan Munuera (2005:187) *brand trust* (kepercayaan merek) adalah kemampuan merek untuk dipercaya (*brand reliability*) yang bersumber pada keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan & intensi baik merek (*brand intention*) yang didasarkan pada keyakinan konsumen bahwa merek tersebut mengutamakan kepentingan bersama.

Selain membangun *brand trust* (kepercayaan merek), Ultra Milk juga mempertahankan *brand image* (citra merek) dengan menggunakan mesin produksi yang canggih untuk mempertahankan kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2016:602) Brand Image adalah persepsi serta keyakinan yang dilakukan oleh konsumen sehingga menciptakan asosiasi yang terekam dalam memori konsumen. Jika suatu merek telah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

mendapat citra yang positif dihadapan konsumen, maka konsumen tersebut berpeluang besar untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.

PT Ultrajaya telah melakukan investasi yang sangat besar dalam sistem pengolahan dan pengemasannya. Pabrik produksi Ultra Milk menggunakan mesin otomatis yang diakui sebagai salah satu mesin pengolahan makanan dan minuman yang paling canggih di Indonesia. Mesin yang paling moderen dan berteknologi canggih ini digunakan untuk memertahankan kesegaran dan nilai gizi dari bahan baku yang sudah terpilih untuk menghasilkan produk berkualitas terbaik bagi konsumen.

Namun *brand image* Ultra Milk sebagai susu UHT pertama di Indonesia, sempat mengalami rumor yang tidak mengenakan pada tahun 2018, yaitu beredarnya sebuah surat edaran dari Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan, viral di media sosial. Dalam surat tertanggal 23 Agustus 2018 tersebut, disebutkan bahwa sampel salah satu produk susu UHT (Ultra High Temperature) positif mengandung bakteri *Streptococcus sp.*

*Streptococcus sp* merupakan bakteri yang berada di permukaan kulit dan ada di dalam tenggorokan. Bakteri ini bisa menginfeksi anak maupun dewasa melalui batuk dan bersin. Infeksi ringan menyebabkan sinusitis atau infeksi telinga tengah yang bisa diobati dengan antibiotik. Infeksi yang lebih berat bisa menyebabkan pneumonia, meningitis, dll.

Setelah mendapatkan informasi yang merugikan perusahaannya, Tim dari PT Ultrajaya Milk Industry Tbk langsung melakukan penelusuran lebih lanjut terhadap laporan seorang pegawai dinas terkait yang melakukan uji laboratorium terhadap satu pack produk susu yang sudah rusak dan terasa pahit ke Balai Besar Veteriner di Maros. Namun ternyata kemasan susu tersebut tidak disimpan dengan baik. Pengujian juga dilakukan pada sampel produk Susu Ultra Milk yang dikumpulkan dari beberapa toko.





Hasil pengujian terhadap semua sampel tersebut secara organoleptik dan mikrobiologi menunjukkan kualitas produk dengan rasa dan aroma normal, tidak mengandung bakteri apapun atau tetap steril. Dengan demikian Susu Ultra Milk yang beredar di pasaran saat ini tetap aman dikonsumsi. Hasil lengkap uji mutu ini pun telah diserahkan kepada pihak Badan POM yang mengawasi peredaran produk di pasaran (Liputan6.com, 2018).

Dan baru-baru ini telah viral kembali di twitter mengenai kandungan gula dalam susu UHT yang di nilai terlalu tinggi yang diunggah oleh dokter spesialis anak di Mayapada Hospital Kuningan. Dikutip dari situs resmi Kementerian Kesehatan (26/3/2018), anjuran konsumsi gula perorang perhari adalah 10% dari total energi atau setara dengan 200 kkal. Dalam sehari dianjurkan konsumsi gula dari pemerintah yakni 50 gram perorang perhari, jika mengkonsumsi gula yang berlebihan maka akan muncul risiko masalah kesehatan seperti diabetes (Kompas.com, 2022).

Berdasarkan data-data dan kekurangan serta kelebihan Susu Ultra Milk yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap susu cair dalam kemasan siap minum Susu Ultra Milk di Pademangan. Peneliti ingin mengetahui apakah keputusan pembelian Susu Ultra Milk di wilayah Pademangan dipengaruhi brand trust dan brand image. Maka dari itu penelitian ini diberi judul “Pengaruh Brand Trust dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk Daerah Pademangan.”

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, dapat diambil permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Brand Image produk Susu Ultra Milk ?



2. Bagaimana Keputusan Pembelian terhadap Susu Ultra Milk ?
3. Apakah Brand Trust mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk Daerah Pademangan ?
4. Apakah Brand Image mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk Daerah Pademangan ?

### C. Batasan Masalah

Dari beberapa masalah yang telah teridentifikasi di atas, maka peneliti membatasi penelitian pada masalah-masalah sebagai berikut:

1. Apakah Brand Trust mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk Daerah Pademangan ?
2. Apakah Brand Image mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk Daerah Pademangan ?

### D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Objek yang diteliti adalah Susu Ultra Milk.
2. Subjek penelitian adalah masyarakat yang mengkonsumsi susu sapi.
3. Penelitian dilakukan periode Januari - Maret 2023.
4. Penelitian dilakukan di wilayah Jakarta Utara khususnya di Daerah Pademangan.
5. Penelitian dilakukan dengan menyebar kuisisioner pada 100 responden yang tinggal di Daerah Pademangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah

yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah

“Pengaruh Brand Trust dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk Daerah Pademangan”.

## F. Tujuan Penelitian

Untuk dapat melaksanakan penelitian dengan baik maka penelitian harus mempunyai tujuan, adapun tujuan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Brand Trust pada Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk Daerah Pademangan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Brand Image pada Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk Daerah Pademangan.

## G. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan dalam penelitian ini memiliki manfaat yang dapat dirasakan oleh :

1. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk perusahaan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produknya. Faktor yang mempunyai pengaruh signifikan dapat menjadi alternatif bagi perusahaan dalam menentukan strateginya menghadapi persaingan tertentu.
2. Bagi Pihak Lain

Dapat berguna sebagai dasar penelitian yang sejenis dimana yang akan datang dan dapat dijadikan sumber pustaka yang dapat menambah wawasan baru dalam penelitian sejenis.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

