



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia tidak lepas dari kebutuhan primer yang merupakan sandang, pangan dan papan. Khususnya kebutuhan pangan, merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama dalam pemenuhannya dan bagian dari hak asasi manusia yang dijamin Negara Republik Indonesia sebagai komponen dasar untuk mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Dengan memenuhi asupan gizi yang di butuhkan setiap harinya, masyarakat membutuhkan pangan menjadi suatu hal yang harus dipenuhi. Salah satu kebutuhan pangan yang dibutuhkan manusia setiap hari adalah daging sapi dan kerbau.

Gambar 1.1
Permintaan Konsumsi Sapi dan kerbau Provinsi DKI Jakarta

Provinsi	Sapi dan Kerbau		
	Penduduk 2022 (000 jiwa)	Konsumsi 2022 (kg/kapita/tahun)	Total Demand/ Kebutuhan (000 ton)
(1)	(2)	(3)	(4)
Sumatera	60 651,80	1,64	90,68
Aceh	5 529,80	1,01	5,59
Sumatera Utara	15 107,20	0,67	10,12
Sumatera Barat	5 675,40	2,96	16,80
Riau	7 181,30	1,14	8,19
Jambi	3 677,70	1,45	5,33
Sumatra Selatan	8 803,20	1,36	11,97
Bengkulu	2 038,10	1,35	2,75
Lampung	8 683,20	2,57	22,32
Kep. Bangka Belitung	1 506,50	2,11	3,18
Kepulauan Riau	2 449,40	1,81	4,43
Jawa	154 063,30	3,47	500,43
DKI Jakarta	10 711,80	6,10	65,34
Jawa Barat	50 639,40	3,30	167,11
Jawa Tengah	35 090,40	2,39	83,87
D I Yogyakarta	4 021,80	2,72	10,94
Jawa Timur	40 348,40	3,30	133,15

Sumber : BPS 2023

Berdasarkan data diatas, DKI Jakarta menempati urutan tertinggi dengan tingkat konsumsi daging sapi dan kerbau 6,10 kg per kapita/ 65,34 Ton selama setahun untuk 10.711.80 jiwa penduduk. Permintaan konsumsi daging sapi yang meningkat seiring dengan sejalan perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era modern ini,



kebutuhan daging sapi dianggap sangat penting bagi sebagian masyarakat dan membuat persaingan usaha berjalan semakin pesat sesuai dengan perkembangan zaman baik usaha makro maupun usaha mikro, kebutuhan dan keinginan konsumen selalu berubah-ubah, munculnya peluang bisnis usaha daging sapi selain pedagang tradisional dipasar, kini bermunculan toko daging modern disetiap daerah wilayah pemukiman masyarakat untuk memudahkan memenuhi kebutuhan masyarakat dengan *instant* dan bagi para pengusaha bisnis toko daging, usaha ini dapat menjanjikan dalam jangka Panjang.

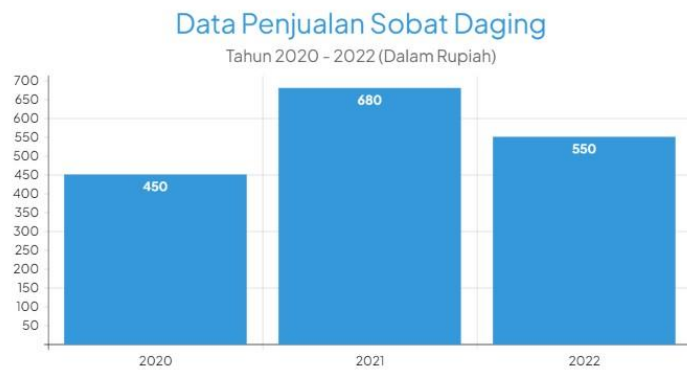
Hal tersebut mendorong pemilik Sobat Daging membuka peluang usaha pangan khususnya bisnis toko daging Sapi bernama sobat daging, yang didirikan pada tahun 2019, oleh bapak andry Gunawan bertempat di Kelapa Gading, Jakarta Utara dengan 10 karyawan. Konsep yang dikembangkan oleh sobat daging adalah memudahkan konsumen untuk mengkonsumsi daging sapi yang berkualitas. Saat ini, sobat daging masih memiliki satu cabang hanya di Kelapa gading, Jakarta utara.

Pemilihan tempat di kelapa gading membuat sobat daging menciptakan dan memberikan nilai tambah bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang dapat mencapai tujuan dan sasaran toko dalam menjamin kelangsungan hidup toko.

Menurut Menurut Yusuf (2021) keputusan pembelian adalah suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan. Di Jakarta banyak kita temui adapun beberapa toko daging terkenal seperti toko daging nusantara, bliss kitchen, indoguna meat shop yang mampu bertahan dari banyaknya pesaing dan semakin hari persaingan dunia bisnis daging semakin ketat, yang membuat usaha sobat daging dituntut untuk dapat berinovasi serta bersaing secara sehat dalam merebut pasar konsumen untuk meningkatkan penjualan.



Gambar 1.2
Data Penjualan Sobat Daging dalam tahun 2020-2022



Sumber : Toko Sobat Daging

Berdasarkan data tabel diatas penjualan Sobat Daging, dapat dilihat penjualan tertinggi pada Tahun 2021 dengan Rp 680.000.000 dan di Tahun 2022 tetap mengalami kenaikan penjualan Rp 550.000.000 melebihi penjualan awal pembukaan toko sobat daging di tahun 2020 Rp 450.000.000. Gambar 2.2 diatas menunjukkan banyak sedikitnya keputusan pembelian yang terjadi dari hasil penjualan.

Setelah 3 tahun berjualan, sobat daging menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam melakukan pembelian daging toko offline dan online juga cukup banyak. Akan tetapi dalam data yang saya peroleh, terjadi fluktuasi jumlah penjualan di setiap tahunnya yang mengindikasikan adanya faktor- faktor tertentu yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu saya tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui apa saja faktor- faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di toko sobat daging.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Tabel 1.1
Harga daging Sapi DKI Jakarta
Tahun 2020 – 2022
1kg/rupiah

Tahun	Rupiah/1kg
2020	Rp 120.000
2021	Rp 130.000
2022	Rp 140.000

Sumber : Info Pangan Jakarta 2023

Menurut tabel diatas bahwa dasar harga daging sapi ditentukan pemerintah mengalami kenaikan harga setiap tahun. Diterapkan untuk menjaga kestabilan harga daging sapi supaya setiap konsumen dan produsen bisa memenuhi kebutuhan dengan harga yang terjangkau dan tidak terjadi kerugian di salah satu pihak saja.

Menurut Kotler et al (2022:379) Harga merupakan faktor pemosisian utama dan harus ditetapkan dalam hubungannya dengan pasar sasaran, bauran pilihan produk dan layanan, serta persaingan. Harga yang ditawarkan oleh sobat daging dapat dikategorikan sebagai harga yang cukup terjangkau mengikuti dasar harga daging pemerintah dan harga yang ditawarkan oleh para pesaingnya.

Menurut Kanuk (2011:137) Persepsi harga adalah bagaimana konsumen memandang harga tertentu baik tinggi, rendah, wajar, yang mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pembelian. Seperti toko daging Nusantara, Indoguna Meat Shop dan Rass Meat Shop yang menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen untuk memilih sobat daging dibandingkan dengan toko daging lainnya tetapi tidak sedikit juga konsumen memilih produk dengan harga yang mahal karena faktor persepsi dari merek, harga, kualitas layanan dan kualitas produk yang memuaskan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Fatmawati & Soliha (2017), mendefinisikan Kualitas produk menunjukkan bahwa produk yang dijual suatu perusahaan memiliki nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Kualitas produk yang ditawarkan sobat daging adalah daging yang segar, berwarna merah, bersertifikat halal dan diproduksi produk yang bersih.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2018:406) kualitas layanan adalah sebuah unsur evaluasi terfokus yang menunjukkan persepsi pelanggan atas reliability, assurance, responsiveness, empathy dan tangibility. Kualitas layanan yang diberikan sobat daging sangat memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan layanan yang ramah, cepat tanggap dan memberikan layanan delivery melalui sosial media online maupun offline toko, yang memberikan kemudahan untuk konsumen.

Dari ke 3 faktor persepsi harga, kualitas produk dan kualitas layanan adalah cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen menentukan keputusan pembelian di sobat daging. Maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan terhadap Toko Sobat Daging.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, beberapa masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada toko sobat daging di kelapa gading ?
2. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada toko sobat daging di kelapa gading ?
3. Apakah kualitas layanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada toko sobat daging di kelapa gading ?



4. Apakah terdapat faktor-faktor lain selain persepsi harga, kualitas produk dan kualitas layanan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada toko sobat daging di kelapa gading?
2. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada toko sobat daging di kelapa gading?
3. Apakah kualitas layanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada toko sobat daging di kelapa gading?

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan peneliti memiliki batasan-batasan sebagai berikut:

1. Objek yang akan diteliti adalah toko Sobat Daging, Kelapa Gading
2. Subjek yang diteliti adalah pelanggan yang pernah atau sering membeli produk kebutuhan daging di toko Sobat Daging, Kelapa Gading
3. Variabel yang akan diteliti adalah persepsi harga, kualitas produk, kualitas layanan, keputusan pembelian.
4. Waktu penelitian adalah Maret 2022– Juli 2023



1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: “Apakah persepsi harga, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan toko Sobat Daging, Kelapa Gading?”

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang:

1. Adakah pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pelanggan toko Sobat Daging, Kelapa Gading
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan toko Sobat Daging, Kelapa Gading
3. Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan toko Sobat Daging, Kelapa Gading

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi instansi-instansi yang bersangkutan yakni:

Bagi Perusahaan :

1. Membantu perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga, kualitas produk, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan toko Sobat Daging, Kelapa Gading



2. Sebagai bahan pertimbangan dan sekaligus sebagai masukan bagi perusahaan untuk menganalisa apakah kualitas produk dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan sudah baik atau belum.

3. Memberikan rekomendasi yang bersifat saran untuk menentukan metode penetapan persepsi harga yang tepat, kualitas produk dan kualitas layanan sehingga meningkatkan dan mendorong pembelian pelanggan Sobat Daging, Kelapa Gading

Bagi Pihak Lain:

Sebagai referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan kebutuhan pangan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi peneliti-peneliti lain yang hendak melakukan penelitian dengan bidang pembahasan yang sama sebagai bahan pembandingan dalam melakukan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.