

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya sumber daya alam dan mempunyai ketersediaan lahan yang luas untuk menunjang kegiatan pertanian. Sektor pertanian merupakan sektor penting dalam upaya pemenuhan kebutuhan bahan pangan penduduk Indonesia. Adanya pembangunan pertanian berarti telah memberikan sumbangan yang besar dalam pembangunan nasional, baik langsung maupun tidak langsung. Selain itu pembangunan pertanian akan mendukung upaya dalam pemenuhan kebutuhan pangan yang ditunjang oleh adanya peranan industri pengolahan pangan sehingga akan dapat menyediakan kebutuhan pangan yang baik dalam bentuk makanan maupun minuman (Husodo, 2017:20).

Indonesia sebagai negara agraris yang kaya akan sumber daya alam memiliki potensi pertanian dan perkebunan, salah satu hasil dari pertanian yang ada di Indonesia adalah produk beras, dari data yang dipublikasikan oleh ABI (Asosiasi Beras Indonesia) dalam situs m.tribunnews.com tingkat produksi beras Indonesia, berada pada angka 22.707 ton perhari. Padahal, dalam kondisi normal rata-rata stok beras berkisar 25.000-30.000 ton per hari.

Beras adalah bagian dari bulir padi (gabah) yang telah dipisahkan dari skam. Skam (jawa merang) secara anatomi disebut '*pilea*' (bagian yang tertutupi) dan '*lemma*' (bagian yang menutupi). Dalam penelitian ini, agar dapat mempersempit sebuah permasalahan mengenai konsumen yang membeli beras rojolele 5Kg. maka perlulah dipilih sebuah produk yang dijadikan dalam penelitian ini. Dari sekian banyak produk dan merek yang di jual di pd sri lungguh.

Kondisi persaingan yang semakin kompetitif seperti sekarang ini, perusahaan semakin menyadari betapa pentingnya peranan pembeli dalam bisnis. Perusahaan semakin menyadari bahwa peminat produk atau pembeli ikut menentukan tegak atau tidaknya sebuah perusahaan sehingga perusahaan menjadikan pembeli sebagai fokus perhatian dalam bisnisnya, yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, komunikasi

pemasaran, kesukaan pembeli sehingga memiliki keunggulan bersaing terhadap produk lain. Keunggulan bersaing pada akhirnya akan menciptakan loyalitas bagi pembeli, sehingga kemudian mereka menjelma menjadi pelanggan setia suatu produk yang diciptakan perusahaan. Point penting bagi sebuah perusahaan untuk memenangkan suatu persaingan pasar, yaitu perusahaan tersebut perlu memperhatikan apa yang melandasi seorang konsumen dalam memilih suatu produk, dalam hal ini adalah minat membeli suatu produk. Minat membeli dari seorang konsumen yang selalu timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif (Nora Pitri Nainggolan & Heryenzus, 2018).

Tingkat pendapatan masyarakat sangat mempengaruhi daya beli masyarakat, maka diharapkan pengusaha beras dapat memberikan beragam variasi harga sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat, sehingga dapat meningkatkan minat beli beras di cikarang. Selain itu Faktor kualitas sangat penting dan sangat mempengaruhi minat beli seorang konsumen. Kualitas merupakan hal yang mendasar dalam kepuasan konsumen dan kesuksesan dalam persaingan. Suatu produk dapat memuaskan konsumen jika bisa memenuhi serta melebihi keinginan konsumen tersebut. Apakah rasa dari produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen, apakah kemasan produk tersebut menarik sehingga seorang konsumen berminat untuk membelinya.

Merek, efisiensi waktu, dan metode pembayaran adalah hal yang muncul setelah adanya minat pembeli untuk mengkonsumsi suatu produk, betapapun berminatnya seseorang dalam membeli produk kadang apabila waktu yang harus dikorbankan menguras energi pada nyatanya mampu membatalkan proses pembelian. Seperti seseorang yang berminat untuk membeli beras murah di Kecamatan, akan tetapi ternyata antriannya begitu lama, maka bagi orang tertentu hal tersebut bisa membatalkan niat seseorang untuk membeli produk beras murah tersebut, mengingat waktu yang ditawarkan di anggap tidak efisien.

Minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan. Minat yang timbul dalam diri pembeli seringkali

berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Minat beli konsumen merupakan keinginan tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek, akan menimbulkan minat pembelian terhadap produk atau merek tersebut.

PD Sri Lungguh, merupakan salah satu perusahaan dagang, atau usaha dagang yang bergerak pada usaha jual beli beras yang terletak di Kab Bekasi Jawa Barat, perusahaan ini, menjual berbagai macam merek beras. Dan berdasarkan observasi awal peneliti di PD Sri Lungguh telah diketahui bahwa ternyata minat pembeli pada beras Rojolele ini terbilang besar, akan tetapi minat yang besar tersebut hanya tertuju pada beras Rojolele yang berukuran 5 Kg, padahal selain itu dijual juga beras Rojolele yang berukuran 25 Kg, 20 Kg dan 10 Kg. Dan selain dijual secara karungan sesuai ukuran Kg nya, juga dijual per kilogramnya.

Berdasarkan peristiwa yang menurut peneliti unik tersebut, tentu ada hal-hal yang mendorong minat pembeli untuk membeli beras Rojolele yang berukuran 5 kg tersebut. Bisa jadi timbulnya minat tersebut karena dipengaruhi faktor luar, seperti kesukaan penduduk setempat pada beras Rojolele yang berukuran kecil, ataupun juga bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

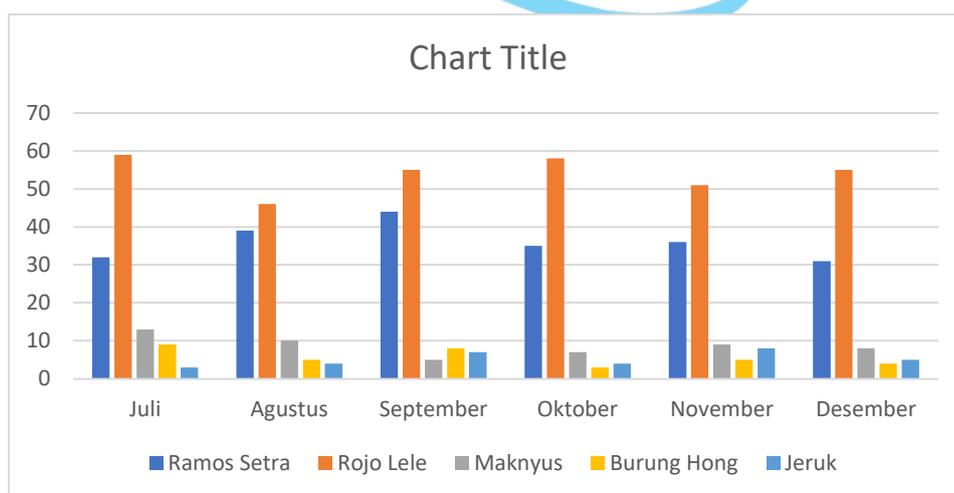
Berikut ini data volume penjualan beras rojo lele 5kg sepanjang tahun 2018 dari mulai bulan Juli-Desember. Dari data yang ada dapat disimpulkan bahwa penjualan beras rojo lele 5kg mengalami penurunan. Adapun datanya tertampil dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Penjualan Beras Juni-Desember Tahun 2018

Jenis beras	Bulan					
	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Ramos setra	22	29	24	25	26	21
Rojo lele	39	36	35	38	31	35
Maknyus	13	10	5	7	9	8
Burung hong	9	5	8	3	5	4
Jeruk	3	4	7	4	8	5

Sumber: PD Sri Lungguh Cikarang 2018.

Berdasarkan data yang termuat dalam tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa volume penjualan beras rojo lele 5kg pada tahun 2018 bulan Juli-Desember mengalami penurunan dibandingkan dengan volume penjualan di bulan Juli 2018. Sedikit penurunan volume penjualan pada bulan Oktober jika dibandingkan dengan volume penjualan pada bulan Juli 2018. Kondisi yang terjadi tersebut disebabkan oleh adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di PD Sri Lungguh Cikarang. Semakin banyaknya usaha-usaha yang bergerak dibidang yang sama terlebih pesaing dengan komoditi yang beragam mengakibatkan perilaku minat konsumen dalam memilih produk.



Gambar 1.1
Grafik penjualan beras kemasan PD Sri Lungguh Cikarang

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mengangkat sebuah tema penelitian dengan judul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Beras Rojo Lele 5 Kg Di PD Sri Lungguh Cikarang*”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Promosi yang digunakan oleh PD Sri Lungguh Cikarang masih menggunakan *word of mouth*.
2. Banyaknya toko-toko beras yang baru tumbuh.
3. Tingginya ketelitian konsumen dalam pembelian beras .
4. Kualitas produk semakin di tuntut untuk memenuhi permintaan masyarakat.
5. Kesadaran konsumen mengenai harga menjadi pertimbangan dalam menentukan produk yang dipilih.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Variabel penelitian ini khusus membahas masalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian beras Rojolele 5Kg berupa Kualitas, harga, *word of mouth*, dan Lokasi.
2. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen PD Sri Lungguh Cikarang.

1.4. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini digambarkan kedalam dua pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas, harga, *word of mouth*, dan lokasi secara simultan dan partial berpengaruh terhadap minat pembelian Beras Rojolele 5 Kg di PD Sri Lungguh Cikarang?
2. Faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi pembelian Beras Rojolele 5 Kg di PD Sri Lungguh Cikarang?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini didasarkan pada perumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, adapun tujuan-tujuan itu adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas, harga, *word of mouth* dan Lokasi terhadap minat pembelian Beras Rojo Lele 5 Kg di PD Sri Lungguh Cikarang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang paling dominan mempengaruhi pembelian Beras Rojo Lele 5 Kg di PD Sri Lungguh Cikarang.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini nantinya diharapkan memberikan masukan dan sumbangan keilmuan berupa teori-teori seputar minat pembelian, dan faktor-faktor yang mempengaruhinya diantaranya, kualitas, harga, *word of mouth* dan lokasi. Sehingga nantinya dapat dijadikan perbandingan maupun rujukan bagi peneliti selanjutnya.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

1. Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperluas wawasan pengetahuan peneliti dan melatih kemampuan, menganalisis masalah berdasarkan faktor-faktor yang ada diantaranya kualitas, harga, *word of mouth* dan lokasi.
2. Bagi produsen atau penjual Beras Rojo Lele 5 Kg dalam pelayanannya agar dapat ditingkatkan lagi agar supaya berdampak pada perkembangan penjualan yang signifikan.
3. Bagi pemerintah, sebagai bahan informasi bahwa dikalangan masyarakat khususnya Bekasi mereka sangat berminat pada beras Beras Rojo Lele 5 Kg.

4. Bagi akademisi dan peminat masalah pemasaran, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan wawasan.

