

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pangan hewani merupakan sumber gizi yang dapat diandalkan untuk mendukung perbaikan gizi masyarakat karena mempunyai keunikan, yaitu memiliki kandungan asam amino esensial yang lengkap, zat besi heme yang mudah diserap, dan nilai cerna protein yang tinggi, asam-asam lemak tak jenuh dengan kadar kolesterol yang sangat rendah dan sejumlah mineral serta vitamin yang diperlukan tubuh (Khomsan et al., 2007).

Ikan lele dumbo (*Clarias gariepinus*) adalah salah satu ikan air tawar yang paling banyak diminati serta dikonsumsi oleh masyarakat (Estellita et al., 2014). Ikan ini memiliki beberapa keunggulan, yaitu harga yang murah, pertumbuhan yang cepat, kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan yang tinggi, rasa yang enak dan kandungan gizi yang cukup tinggi (Nurkhayati et al., 2017).

Selain keunggulan, secara umum ikan memiliki kekurangan, yaitu memiliki kandungan air yang tinggi, pH tubuh yang mendekati netral, dan adanya kandungan asam lemak tak jenuh sehingga menyebabkan daging ikan mudah rusak dan mengalami proses oksidasi yang mengakibatkan bau tengik (Adawyah, 2007). Kekurangan-kekurangan tersebut dapat menghambat penggunaannya sebagai bahan pangan.

Mengatasi hal tersebut, maka diperlukan proses pengolahan untuk menambah nilai makanan, baik dari segi gizi, rasa, bau, bentuk, maupun daya awetnya melalui pembuatan abon lele yang dilakukan melalui proses pengeringan, sehingga dapat menjadi alternatif dalam menghindari kerusakan yang terjadi pada

daging ikan (Rohmawati, 2016). Abon ikan merupakan jenis makanan olahan ikan yang umumnya dibuat dari daging ikan yang disuwir-suwir ditambahkan bumbu, diolah dengan cara perebusan dan penggorengan, dan pengepresan serta mempunyai bentuk lembut, rasa enak dan daya awet yang relatif lama mencapai lebih dari enam bulan (Sundari et al., 2017).

Pada prinsipnya abon merupakan suatu proses pengawetan, yaitu kombinasi antara perebusan atau pengukusan dan penggorengan dengan menambahkan bumbu-bumbu dan memiliki warna, aroma, tekstur dan cita rasa yang khas serta memiliki daya simpan yang cukup lama. Abon ikan dapat digunakan sebagai alternatif lain penganekaragaman produk olahan dalam penyajian, selain karena praktis, juga rasanya yang enak. Mudahnnya memperoleh bahan baku yang dapat ditemukan di pasar bahkan bisa dibudidayakan sendiri serta peralatan yang dibutuhkan dalam pengolahan abon lele yang relatif sederhana sehingga untuk memulai usaha ini relatif tidak memerlukan biaya investasi yang besar, dan usaha dapat dilakukan dalam skala usaha kecil.

Kualitas produk merupakan salah satu komponen penting dalam menciptakan maupun mempertimbangkan strategi dalam suatu usaha, apabila kualitas produk yang dihasilkan bagus maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli suatu produk , sebaliknya jika kualitas produk buruk atau tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan beralih pembeliannya pada produk yang sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diharapkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas ,cara ini bertujuan untuk menjaga produk yang dihasilkan mampu memenuhi standar yang telah

ditetapkan sehingga tepat pada segmentasi pasar yang dituju. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas jika produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.

Konsumen akan memperhatikan produk yang dibeli, tidak serta-merta langsung dikonsumsi akan tetapi bisa untuk persediaan berikutnya, sehingga konsumen membutuhkan produk yang kemasannya mampu melindungi isinya secara baik (Setiadi, 2013). Saat ini kemasan telah menjadi alat pemasaran yang penting. Kemasan yang dirancang dengan cermat bisa menimbulkan nilai kecocokan bagi konsumen dan nilai promosi bagi produsen. Banyak faktor telah meningkatkan penggunaan kemasan sebagai alat pemasaran. Banyak perusahaan yang sangat memperhatikan pembungkus suatu barang sebab mereka menganggap bahwa fungsi pembungkus tidak hanya membungkus. Tjiptono (2015:218) bahwasanya Pengemas (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk. Berdasarkan penelitian Mardiyanti (2011) mengenai warna, tipografi, bentuk dan gambar terhadap keinginan membeli makanan ringan di Jakarta. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa warna, tipografi, bentuk dan gambar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan membeli produk makanan ringan. Sama halnya dengan penelitian Resmi dan Wisniarsih (2015) menunjukkan kemasan (bentuk, ukuran, material) dan harga (*price acceptance, price evaluation, perceived price*) pada keputusan pembelian.

Selain itu, Harga jual pada dasarnya ialah tawaran kepada para konsumen yang di tuju. Apabila konsumen menerima harga yang ditawarkan maka produk

itu akan laku, sebaliknya jika konsumen menolaknya maka akan dilakukan peninjauan kembali harga jualnya. Dengan demikian diperlukannya penetapan harga yang tepat, penetapan harga sangat penting guna menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat ialah harga yang sepadan dengan kualitas produk suatu barang. Para pemasar berusaha keras untuk mencapai target tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga.

Keputusan pembelian merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan, karena seluruh strategi yang telah dipersiapkan akan berakhir kepada keputusan pembelian para konsumen. Selain itu, keputusan pembelian termasuk suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena keputusan pembelian dijadikan acuan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat. Faktor yang perlu diperhatikan dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual salah satunya dengan mengetahui kebutuhan konsumen, selera dan keinginan dari para konsumen. Pemahaman yang mendalam terhadap konsumen akan memungkinkan pemasar untuk mampu mempengaruhi proses keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang ditawarkan.

Keberhasilan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan dengan cara menciptakan inovasi-inovasi baru pada produk yang ingin ditawarkan dengan mengikuti trend permintaan yang ada pada saat ini, hal ini dilakukan karena sikap konsumen yang cenderung selalu mengikuti perkembangan zaman. Harga dan kualitas produk mempunyai korelasi dengan keputusan pembelian, keputusan pembelian dapat dikatakan sebagai suatu

keputusan seseorang di mana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

Beberapa penelitian yang memiliki variabel Harga, Kemasan, dan kualitas produk yang ditujukan untuk meneliti keputusan pembelian yaitu penelitian oleh Ni Kadek Novi Dwiyanti dan Ni Made Hartini (2021), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kemasan Siap Minum Merek Teh Pucuk Harum Di Dalung” hasil penelitian menunjukkan bahwa (1). Kualitas produk memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Dalung, oleh karena itu PT. Mayora Indah Tbk agar tetap menjaga cita rasa Teh Pucuk Harum yang enak serta fitur produk Teh Pucuk Harum yang menarik dan praktis untuk dibawa kemana-mana, sehingga keputusan dalam pembelian Teh Pucuk Harum terjaga dengan baik.(2). Harga memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Dalung, oleh karena itu PT. Mayora Indah Tbk agar terus mempertahankan harga produk Teh Pucuk Harum tetap terjangkau sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diharapkan oleh masyarakat, sehingga harga produk Teh Pucuk Harum mampu bersaing dengan produk sejenisnya.

Penelitian oleh Wawan Hari Subagyo dan Ranti Chairunisha Febriana (2020), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Di Kelurahan Pabuaran Bogor” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

variabel Keputusan Pembelian air minum dalam kemasan merek Aqua di kelurahan Pabuaran Bogor.

Penelitian oleh Dini Aulia Fasya dan Kusuma Agdhi Rahwana (2020), dengan judul “Pengaruh Kemasan Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mie Instan Indomie” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemasan dan cita rasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk mie instan Indomie survei pada mahasiswa/i Universitas Perjuangan Tasikmalaya. Artinya semakin bagus atau menarik kemasan dan semakin baik cita rasa yang ditawarkan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian teori yang lebih mendalam mengenai pengaruh harga, kemasan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen abon lele di Lumajang, untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian untuk mengambil judul **“Pengaruh Harga, Kemasan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Abon Lele Pondok pesantren Darun Najah di Desa Petahunan)”**.

## **1.2 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas maka perlu adanya perumusan batasan masalah sebagai pedoman penelitian agar tidak ada pembahsan yang menyimpang. Batasan masalah penelitian ini antara lain:

- a. Penelitian ini dibidang Manajemen Pemasaran, khususnya meneliti tentang variabel independen terhadap variabel dependen yakni harga, kemasan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian .
- b. Penelitian dilakukan pada konsumen yang membeli produk Abon Lele di Kabupaten Lumajang.
- c. Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian terhadap produk Abon Lele Kabupaten Lumajang.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditentukan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk Abon Lele di Kabupaten Lumajang?
- b. Apakah kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk Abon Lele di Kabupaten Lumajang?
- c. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen pembelian pada Produk Abon Lele di Kabupaten Lumajang?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan yang dicapai pada penelitian ini antara lain:

- a. Menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian konsumen Produk Abon Lele di Kabupaten Lumajang.
- b. Menguji dan menganalisis pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen Produk Abon Lele di Kabupaten Lumajang.

- c. Menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Produk Abon Lele di Kabupaten Lumajang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

#### a. Manfaat Teoritis

##### 1) Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan dan teori baru yang relevan di bidang Manajemen Pemasaran khususnya tentang harga, kemasan, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

##### 2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan peneliti berikutnya atau menjadi penelitian terdahulu yang terkait dengan mengenai Harga, kemasan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Produk Abon Lele di Kabupaten Lumajang.

#### b. Manfaat Praktis

##### 1) Bagi peneliti

Diharapkan dapat meningkatkan kemampuan untuk melakukan penelitian serta menambah pengetahuan mengenai Harga, Kemasan, Dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Produk Abon Lele di Kabupaten Lumajang.



2) Bagi Tempat Penelitian

Penelitian ini diharapkan menjadi evaluasi demi majunya usaha Abon Lele di Jl. KH Musthofa No.5, Sanjaran, Petahunan, Kec. Sumpusuko, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur.

3) Bagi konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai sikap konsumen dalam menilai produk buatan santri Pondok Pesantren Darun Najah melalui Harga, Kemasan, dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian Produk Olahan Abon Lele Di Kabupaten Lumajang.

4) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya mengenai Harga, Kemasan, dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian Produk Olahan Abon Lele Di Kabupaten Lumajang.

