

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi dan teknologi yang semakin canggih saat ini menyebabkan dunia usaha mengalami perkembangan yang sangat pesat. Diketahui dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang menciptakan produk ataupun jasa untuk memenuhi seluruh kebutuhan dan permintaan konsumen. Semakin meningkatnya kebutuhan dan permintaan konsumen dapat menjadi tolak ukur meningkatnya kesejahteraan masyarakat. Permintaan konsumen yang banyak adalah penyebab munculnya perusahaan baru dibidang yang sama, sehingga menimbulkan persaingan yang begitu ketat pada dunia bisnis sendiri.

Salah satu persoalan yang cukup penting dalam dunia usaha adalah senantiasa meneliti perilaku membeli untuk meningkatkan minat beli agar produknya disukai sehingga konsumen dapat memutuskan membeli produk tersebut. Memulai penelitian dalam bidang industri hendaknya menitik beratkan perhatiannya pada usaha-usaha untuk mendapatkan bahan mentah yang berkualitas baik, cara-cara pengolahan, serta sistem pengemasan yang baik pula sehingga akan diperoleh produk jadi yang sesuai dengan tuntutan pasar saat ini. Khususnya dalam masyarakat yang sudah makmur, minat membeli seseorang tidak hanya berdasarkan atas dorongan biologis semata tapi juga berdasarkan atas dorongan psikologis atau motif konsumen itu sendiri dalam membeli suatu produk.

Sunyoto (2012:58) berpendapat bahwa “kemasan selalu diperhatikan agar terjamin keamanan dan dibuat semenarik mungkin agar konsumen mau membeli”. Faktor psikologis atau motif pada konsumen ini salah satunya dapat diciptakan melalui hadirnya produk yang memenuhi syarat untuk itu. Beraneka ragam alasan mengapa konsumen berminat akan sebuah produk, akan tetapi hal yang mereka lihat pada sebuah produk ialah kemasan.

Kotler & Keller (2009: 27) mengemukakan bahwa “pengemas (*Packaging*) adalah semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk sebuah produk”. Kemasan ini disadari oleh produsen bukan lagi hanya memiliki fungsi melindungi dan membungkus produk. Persaingan produk yang semakin ketat di pasar mengharuskan produsen untuk berfikir keras meningkatkan fungsi kemasan untuk dapat memberikan daya tarik kepada konsumen melalui artistik, warna, grafis, bentuk maupun desainnya. Banyak konsumen yang membeli secara sadar akan suatu produk karena tertarik pada warna dan bentuk dari kemasan. Karena menariknya desain, atau bentuk kemasan suatu produk membuat kemasan menjadi sangat efektif untuk mendorong konsumen membeli suatu produk tersebut.

Perlunya pengemasan yang maksimal sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Kemasan adalah sebuah *image* tentang kualitas produk sehingga diharapkan mampu menarik minat konsumen. Salah satunya seperti yang pernah diungkapkan manajer Teri Bajak Medan (wawancara: 18 Maret 2017) “produk kami memiliki ciri khas yang mengedepankan kesan lebih inovatif dalam kemasan, terbukti dari penjualan produk kami relatif naik”. Lihat gambar 1.1



Gambar 1.1

Produk Teri Bajak Medan

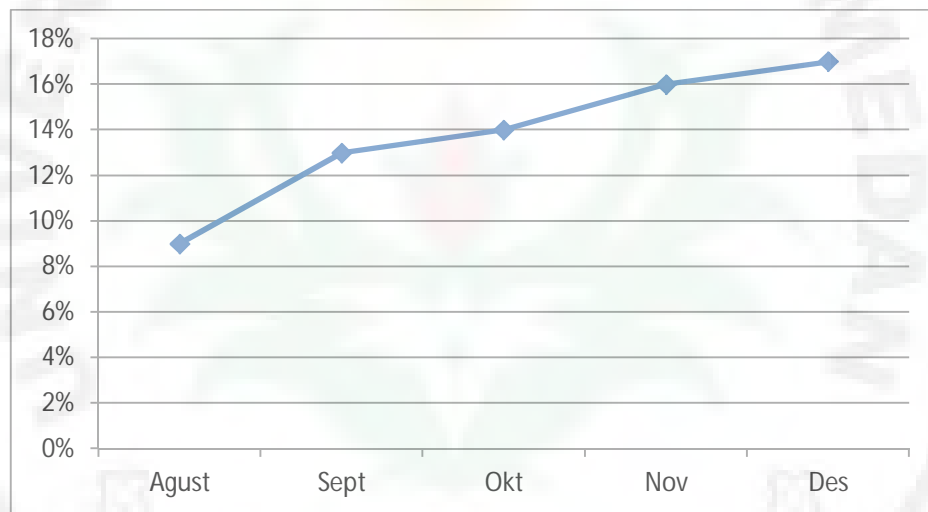
Sumber: Usaha Teri Bajak Medan

Medan adalah kota yang terkenal dengan ciri khas ikan teri mentahnya. Banyak penjual yang memasarkan ikan teri mentah tersebut. Tetapi kini setelah pengusaha Teri Bajak memiliki ide, dimana ikan teri tidak hanya dijual mentah, melainkan dikembangkan menjadi suatu produk inovatif yaitu ikan teri yang berhiaskan bumbu sambal lalu dikemas dan dijadikan oleh-oleh di Kota Medan dengan diberi nama Teri Bajak Medan.

Teri bajak merupakan makanan tradisional yang dikemas sederhana namun praktis, mudah dibawa dan disimpan kembali serta tahan hingga satu bulan. Selain itu, Teri Bajak menjadi salah satu oleh-oleh khas Medan memiliki prospek bisnis yang semakin cerah seiring pesatnya perkembangan industri pariwisata. Promosi yang dilakukan oleh pengusaha tidak hanya promosi yang berada ditoko Teri Bajak itu sendiri, tetapi promosi juga dilakukan melalui media

sosial sehingga Teri Bajak Medan dapat dikenal keseluruh kota di Indonesia bahkan seluruh Dunia.

Adapun grafik jumlah Pembeli yang berada di Kota Medan pada usaha Teri Bajak Medan dalam 4 Bulan terakhir di tahun 2016 yang peneliti peroleh langsung dari Manajer Teri Bajak Medan sebagai berikut



(Sumber : Management Teri Bajak Medan , 2017)

Gambar 1.2

Data Pembeli Teri Bajak Medan

Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa peningkatan pembeli Teri Bajak Medan yang berada di Kota Medan meningkat tetapi peningkatan jumlah pembeli tidak begitu melonjak hanya meningkat beberapa persen saja. Teri Bajak Medan sebagai oleh-oleh khas Medan juga memiliki pesaing yang sama dalam kategori oleh-oleh Medan. Untuk menghadapi persaingan, maka diperlukan penambahan nilai estetika yang lebih menarik lagi pada kemasan yang ada pada Teri Bajak yang nantinya akan membuat konsumen ingin selalu membeli produk tersebut. Kemasan ternyata sebuah komponen penting bagi sebuah produk khususnya teri

bajak Medan yang beredar di kota Medan, bahkan ke luar kota, ataupun luar negeri. Kemasan yang di desain buruk bisa menyebabkan konsumen pusing dan perusahaan kehilangan penjualan. Sebaliknya, kemasan yang inovatif bisa memberikan manfaat kepada perusahaan melebihi pesaing dan mendorong penjualan.

Salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk bersaing ialah dengan menginovasi kemasan agar tidak bosan. Keinginan dan kebutuhan konsumen adalah katalis yang kuat bagi inovasi kemasan. (Muharam & Sofian, 2011), mengatakan “konsumen melihat suatu produk menarik dapat disebabkan oleh fitur-fitur atau atribut-atribut yang ditawarkan, melakukan perbandingan dengan produk-produk pesaingnya, reputasi perusahaan yang membuat produk dan teknologi yang digunakan dalam membuat produk tersebut”.

Selain itu, kemasan yang dirancang dengan baik dapat menimbulkan motif konsumen dalam membeli produk serta mendorong penjualan. Motif konsumen sangat penting diketahui oleh produsen. Menurut (Hendi & Sahya, 2010:158) “motif sering diartikan dengan istilah dorongan, dimana dorongan tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat”. Motif merupakan suatu *driving force* yang menggerakkan manusia untuk bertindak laku, di dalam perbuatannya itu terdapat tujuan tertentu. Terbukti dari salah satu pembeli teri bajak Medan yang diwawancarai langsung oleh peneliti mengatakan bahwa “kemasan dan rasa bumbu dari teri bajak yang menimbulkan motif pembeli untuk membeli teri bajak dan teri bajak juga sangat cocok menjadi oleh-oleh untuk dibawa ke luar kota” (wawancara: 18 maret 2017).

Motif konsumen menjadi suatu pertimbangan untuk memutuskan pembelian suatu produk, motif konsumen juga dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang mendukung diantaranya adalah faktor budaya, sosial, dan pribadi. Faktor-faktor tersebut membangun atau mempengaruhi motif konsumen untuk melakukan suatu tindakan. Selanjutnya, faktor-faktor tersebut juga berperan sangat besar dalam melatar belakangi dan menentukan motifnya untuk melakukan keputusan pembelian.

Ajay dan Goodstein (dalam Yoestini dan Eva Sheilla, 2007) menyatakan bahwa “minat beli konsumen yang tinggi akan mendorong konsumen membeli suatu produk. Sebaliknya, minat beli konsumen yang rendah akan mencegah konsumen untuk membeli produk, yang ditunjukkan dengan nilai estimasi sebesar 0,60 pada penelitian Ajay dan Goodstein”. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak para konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat, lalu pada akhirnya seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya sesuai apa yang ada didalam benaknya. Minat juga merupakan suatu proses pengembangan kemampuan yang ada didalam diri konsumen untuk mengarahkannya kepada suatu kegiatan yang diminatinya atau yang diinginkannya. Minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli atau tidaknya suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mendukung diantaranya adalah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dengan adanya faktor minat yang mendukung akan memudahkan konsumen dalam membuat suatu keputusan pembelian produk.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Packaging Dan Motif Konsumen Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Teri Bajak Medan’**

1.2 Identifikasi Masalah

Bersumber dari latar belakang masalah diatas, maka masalah penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apakah pendapatan mempengaruhi minat beli pada Teri Bajak Medan?
2. Apakah packaging mempengaruhi minat beli pada Teri Bajak Medan?
3. Apakah motif konsumen mempengaruhi minat beli pada Teri Bajak Medan?
4. Apakah promosi mempengaruhi keputusan pembelian pada Teri Bajak Medan?
5. Apakah packaging mempengaruhi keputusan pembelian Teri Bajak Medan?
6. Apakah motif konsumen mempengaruhi keputusan pembelian Teri Bajak Medan?
7. Apakah minat beli mempengaruhi keputusan pembelian Teri Bajak Medan?
8. Apakah packaging dan motif konsumen mempengaruhi keputusan pembelian Teri Bajak Medan?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, masih banyak lagi masalah – masalah yang akan muncul. Dalam penelitian ini permasalahan difokuskan pada masalah yang menyangkut packaging dan motif konsumen terhadap minat dan keputusan pembeli Teri Bajak Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan pada latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah sebelumnya, maka rumusan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah packaging berpengaruh terhadap motif konsumen pada Teri Bajak Medan?
2. Apakah packaging berpengaruh terhadap minat beli pada Teri Bajak Medan?
3. Apakah motif konsumen berpengaruh terhadap minat beli pada Teri Bajak Medan?
4. Apakah packaging berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Teri Bajak Medan?
5. Apakah motif konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Teri Bajak Medan?
6. Apakah minat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Teri Bajak Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh packaging terhadap motif konsumen Pada Teri Bajak Medan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh packaging terhadap minat beli Pada Teri Bajak Medan
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motif konsumen terhadap minat beli Pada Teri Bajak Medan
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh packaging terhadap keputusan pembelian Pada Teri Bajak Medan
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motif konsumen terhadap keputusan pembelian Pada Teri Bajak Medan
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian Pada Teri Bajak Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dipeoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan mengenai pengaruh packaging dan motif konsumen terhadap minat dan keputusan pembelian.
2. Bagi Pengusaha, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak usaha teri bajak sebagi pertimbangan dalam membuat sebuah produk makanan harus memperhatikan kemasan yang baik dan motif konsumen terhadap minat dan keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi ataupun untuk meneliti variabel lain yang mempengaruhi minat dan keputusan pembelian.
4. Bagi Unimed, sebagai tambahan literatur bacaan yang berhubungan dengan pembahasan minat dan keputusan pembelian.



THE
Character Building
UNIVERSITY