

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

*New Normal* atau Normal Baru yaitu beradaptasi dengan kebiasaan baru dengan menerapkan protokol kesehatan, sehingga masyarakat tetap bisa melaksanakan kegiatan seperti biasanya. Masyarakat juga di tuntut untuk meningkat daya tahan tubuhnya di masa pandemi agar terhindar dari penularan COVID-19. Salah satu upaya yang perlu dilakukan yaitu mengonsumsi makanan yang bergizi seimbang untuk meningkatkan daya tahan tubuh, seperti makanan yang tinggi akan Vitamin, Karbohidrat, Protein dan Susu.

Susu adalah suatu sekresi kelenjar susu dari sapi yang sedang laktasi atau ternak yang sedang laktasi dan dilakukan pemerahan dengan sempurna, tidak termasuk kolostrum serta tidak ditambah atau dikurangi dari jumlah suatu komponen. Komposisi utama susu terdiri dari lemak 3 sampai 4 persen, protein 3,3 sampai 3,5 persen, laktosa 4,5 sampai 5 persen, air 87 sampai 88 persen dan mineral 0,69 sampai 0,70 persen. Susu bersifat mudah rusak dan tidak bisa bertahan lama pada suhu ruang (Soeparno dkk, 2011).

Salah satu jenis susu olahan yang paling disarankan adalah susu UHT. Susu yang diproses secara UHT dapat mempertahankan nilai gizi lebih baik daripada pengolahan lainnya. Susu UHT disebut juga sterilisasi yaitu susu yang dipasteurisasi dengan menggunakan *Ultra High Temperature* (UHT), 143<sup>0</sup>C dalam detik, diolah menggunakan pemanasan dengan suhu tinggi (135<sup>0</sup>-145<sup>0</sup>C) dalam waktu singkat selama 2-5 detik. Pemanasan suhu tinggi bertujuan untuk membunuh seluruh mikroorganisme (baik pembusuk maupun patogen). Waktu pemanasan yang singkat dimaksudkan untuk mencegah kerusakan nilai gizi susu

serta untuk mendapatkan warna, aroma, dan rasa yang relatif tidak berubah, seperti susu segarnya (Ide, 2008).

Pandemi covid-19 diyakini telah memberi dampak terhadap sulitnya usaha ekonomi, dan biasanya masyarakat tidak terbiasa mengonsumsi susu setiap hari, namun di era *New Normal* kenyataannya usaha minuman kopi susu tampak bangkit dengan cukup pesat. Sebelumnya usaha *coffee shop* pun juga cukup banyak tumbuh di kawasan permukiman mahasiswa di sekitar kampus perguruan tinggi besar, seperti Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang dan UIN Imam Bonjol.

*Coffee shop* merupakan tempat yang sangat diminati dari setiap kalangan saat ini. Menurut Nurikhsan dkk (2019) gaya masyarakat urban yang gemar berkumpul membuat meningkatnya tingkat konsumsi kopi, peningkatan konsumsi kopi tersebut membuat maraknya *coffee house*. *Coffee shop* merupakan sebuah tempat yang menyediakan layanan pengelolaan kopi, kopi siap saji dan juga menyediakan makanan ringan sebagai teman untuk ngopi.

Salah satu menu yang diminati di *Coffee Shop* tersebut yaitu Kopi Susu. Cita rasa lidah orang Indonesia yang suka sekali minum kopi yang dicampur susu UHT juga nyata berpengaruh pada banyaknya pesanan diberbagai *Coffee Shop*. Campuran *espresso* dengan susu UHT yang *creamy* memang sangat disukai oleh masyarakat Indonesia. Hal ini pula yang membuat kopi susu begitu populer dan disenangi mereka yang baru mulai mencoba kopi. Sehingga, kebutuhan dan permintaan akan Susu UHT juga semakin meningkat, karena kebutuhan susu UHT yang menjadi bahan utama dalam pembuatan kopi susu dan menu lainnya di *Coffee Shop*. Dari beberapa *coffee shop* yang terdapat di kota padang, peneliti

meneliti di 31 *coffee shop* berdasarkan survey di *GoFood*. Dengan kriteria yang sama memiliki menu kopi susu sesuai ciri khas sesuai masing-masing *coffee shop*.

Ammanatullaili dkk. (2010) menjelaskan bahwa usaha industri susu memiliki potensi yang menggairahkan ditinjau dari minim adanya pasar susu di Indonesia. Peluang usaha industri susu sangat terbuka lebar, hal tersebut didukung oleh fakta bahwa Indonesia menempati urutan kelima besar yang memiliki banyak penduduk sehingga permintaan akan pemenuhan protein hewani yaitu susu juga akan terus meningkat. Selain itu dibandingkan dengan negara lain, di Indonesia tingkat konsumsi masyarakat akan susu sapi masih jauh lebih rendah. Berdasarkan fakta diatas terdapat persaingan dunia bisnis susu UHT yang begitu pesat sehingga membuat perusahaan susu UHT harus pandai dalam memanfaatkan peluang-peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu dalam usaha mendapatkan dan menggunakan barang maupun jasa dengan cara mempelajari bauran pemasaran.

Pemasaran yang berorientasi pasar merupakan kebutuhan yang penting pada persaingan pasar yang ketat saat ini. Dapat dilihat bahwa banyak perusahaan selalu berusaha untuk selalu meningkatkan dan menjaga mutu dan citra produk dihadapan konsumen, untuk itu perusahaan perlu meningkatkan bauran pemasaran yang pada akhirnya diharapkan dapat mendorong bentuk keputusan pembelian. Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang fleksibel untuk ditampilkan dalam berbagai bentuk. Bagi pemasar strategi bauran pemasaran yang tepat dipandang sebagai pilihan yang menarik selain sebagai suatu sumber informasi. Bauran pemasaran yang dijalankan harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi

perusahaan. Lebih lanjut bauran pemasaran merupakan perpaduan dari faktor-faktor yang dapat dikendalikan untuk mempermudah pembelian.

Berdasarkan ilmu yang mempelajari tentang bauran pemasaran, perusahaan dapat menjelaskan mengapa konsumen mau membeli suatu barang dan jasa, siapa yang mempengaruhi seseorang untuk membeli, kapan orang itu membeli, jenis dan model barang apa yang akan dibeli. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap bauran pemasaran dalam menghasilkan suatu keputusan pembelian. Tujuan dari sebuah perusahaan adalah untuk memenuhi dan memuaskan apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan oleh setiap konsumen sehingga target pangsa pasar terpenuhi dan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Setiap konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, maka dari itu sangat penting mengetahui bagaimana hubungan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, oleh karena itu timbul pertanyaan bagi penulis, faktor-faktor apa yang sebenarnya mempengaruhi keputusan pembelian susu UHT di *coffee shop* Kota Padang. Oleh itu dirumuskan judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Susu *Ultra High Temperature* (UHT) pada *Coffee Shop* Kota Padang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang mempengaruhi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian susu *Ultra High Temperature* (UHT) pada *Coffee Shop* Kota Padang.

2. Bagaimana karakteristik pembelian yang mempengaruhi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian susu *Ultra High Temperature* (UHT) pada *Coffee Shop* Kota Padang.
3. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian susu *Ultra High Temperature* (UHT) pada *Coffee Shop* Kota Padang.

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis karakteristik konsumen yang mempengaruhi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian susu *Ultra High Temperature* (UHT) pada *Coffee Shop* Kota Padang.
2. Menganalisis karakteristik pembelian yang mempengaruhi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian susu *Ultra High Temperature* (UHT) pada *Coffee Shop* Kota Padang.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian susu *Ultra High Temperature* (UHT) pada *Coffee Shop* Kota Padang.



#### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi akademis, menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bauran pemasaran dan dapat digunakan sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya mengenai keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi produsen, dapat memberikan informasi mengenai bagaimana karakteristik konsumen, faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen yang bertujuan untuk meraih kesuksesan dalam meningkatkan jumlah penjualan sebuah produk.

