

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern ini banyak masyarakat yang telah melupakan budaya asal mereka. Di Indonesia sendiri, dengan adanya keterbukaan terhadap budaya asing, budaya negara kita sedikit demi sedikit mulai luntur. Banyaknya masyarakat Indonesia yang akhirnya tertarik dengan merk global misalnya Franchise dan license asing selain karena kualitasnya terpecaya juga karena tingkat gengsi yang diberikan.

Pada tahun 2015 Ketua Umum Pehimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI) saat konferensi pers Franchise dan License Expo Indonesia, di Kopitiam, Grand Inonesia. Terdapatnya 50 waralaba asing masuk ke Indonesia dalam bidang makanan dan minuman, hal ini sangat disayangkan sekali mengingat bahwa masyarakat Indonesia seharusnya bisa menjadi pelopor untuk memajukan merk local dikancah international. Sementara merk lokal sendiri yang disukai para konsumen adalah makanan tradisional.

Makanan tradisional sudah menjadi pilihan bagi para wisatawan khususnya yang datang ke Indonesia, dimana di Negara Indoesia terkenal dengan masakannya yang enak dan lezat. Salah satunya ada di daerah Sumatera Barat makanan tradisional adalah masakan rendang. Masakan rendang ini terkenal bukan di wilayah Sumatera Barat saja di luar daerah Sumatera Barat juga terkenal bahkan wilayah luar Indonesia sudah banyak yang mengetahui. Selain masakan rendang, cemilan tradisonal juga banyak dikenal orang banyak khususnya

wisatawan yang mengunjungi daerah Sumatera Barat. Jenis makanan ini dihasilkan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) yang tersebar di wilayah Sumatera Barat.

Di Kabupaten Lima puluh Kota terdapat beberapa jenis industri pengolahan makanan. Salah satunya pengolahan makanan dari bahan dasar jagung. Itu semua tidak terlepas karena Sumatera Barat termasuk penghasil jagung terbesar. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, bahwa produksi jagung di Sumatera barat pada tahun 2017 mencapai sebanyak 650.000 ton atau naik sebanyak 28 ton dari tahun 2016. Dimana 100.000 tonnya digunakan untuk kebutuhan rumah tangga dan pelaku usaha.

Di Kota Payakumbuh pada Mei 2010 hadir wajah baru industri makanan olahan berbahan baku jagung yaitu, industri Jagung Manis F1 Aina yang berdiri dengan produksi sekitar 60 ton jagung perbulan. Industri jagung F1 AINA berlokasi di jalan Raya Payakumbuh – Bukit Tinggi, tepatnya berada di perbatasan Kota Payakumbuh yaitu di Koto Baru Batu Hampar Kabupaten Lima Puluh Kota. Industri ini dikelompokkan ke dalam Industri Dagang Menengah, karena mempunyai tenaga kerja sebanyak 34 orang. Industri ini mengelola hasil pertanian yaitu jagung, yang kemudian mengolah jagung tersebut menjadi suatu makanan baru yang memiliki aneka varian makanan lezat, bergizi, dan mengenyangkan.

Industri jagung F1 AINA ini dipimpin oleh Bapak Imam Ike Senthosa dan juga dibantu oleh istrinya. Industri ini merupakan perintis usaha pengolahan jagung yang menjual berbagai variasi produk yang berbahan dasar jagung. Industri jagung F1 AINA berpusat di Koto Baru Batu Hampar Kabupaten Lima

Puluh Kota, saat ini telah memiliki banyak cabang usaha di berbagai tempat di Sumatera Barat dan Riau sebanyak 18 buah cabang yang dimulai semenjak tahun 2012 hingga sekarang.

Pada awalnya produk yang dijual yaitu jagung rebus dan pergedel. Dimana pada saat itu, bahan baku jagung diperoleh dari lahan Bapak Imam yang ditanami jagung manis yaitu jagung F1 (formula no 1). Untuk memenuhi kebutuhan hidup, beliau harus bekerja keras untuk menjual jagung tersebut. Beliau tidak hanya menjual jagung rebus dan pergedel, bapak Imam terus mengembangkan inovasi-inovasi makanan yang berbahan baku jagung untuk menarik perhatian konsumen agar mau membeli makanan olahan yang berasal dari jagung. Pada saat ini industri jagung F1 AINA telah mengolah jagung dan menghasilkan berbagai variasi olahan jagung sebanyak 34 variasi makanan. Menurut Bapak Imam, produk yang paling banyak dibeli oleh konsumen adalah pergedel, jagung rebus, donat jagung dan kolak jagung.

Seiring berkembangnya industri jagung F1 AINA tentu pasti akan ada muncul pesaing baru yang membuka usaha dengan membuat makanan olahan dari jagung serta dengan produk yang sama seperti industri jagung F1 Gian, industri jagung F1 Bonanza, dan industri jagung F1 Ziya. Setiap industri tentu menginginkan adanya perkembangan atau peningkatan konsumen yang membeli produk dari industri tersebut. Begitu juga dengan industri Jagung F1 AINA, meskipun industri ini memiliki tingkat penjualan yang baik, industri ini harus bisa mempertahankan konsumen yang dimilikinya agar tidak terjadi penurunan pembelian konsumen terhadap produk jagung sejak adanya pesaing yang membuka usaha di bidang yang sama.

Untuk membangun usaha, F1 Aina melakukan strategi untuk tercapainya keputusan pembelian yang menitikberatkan pada tiga hal yaitu kualitas produk, *consumer ethnocentrism*, dan lokasi. Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan akhirnya melakukan keputusan pembelian tidak mudah. Banyak factor yang mempengaruhi hal tersebut baik dari factor internal maupun dari diri konsumen ataupun pengaruh eksternal, yaitu rangsangan dari luar yang dilakukan oleh pelaku usaha, dimana dalam hal ini perusahaan harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam melakukan suatu keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin uang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Faktor kedua *consumer ethnocentris*, merupakan kecintaan konsumen terhadap produk dalam negeri dibuktikan dengan lebih memilih membeli produk dalam negeri dibandingkan luar negeri, semakin tinggi *ethnocentrism* maka konsumen akan lebih memilih produk lokal dibandingkan produk luar negeri, sementara *consumer ethnocentrism* yang menengah cenderung membeli produk luar negeri (Alsughayir, 2013). Dengan adanya sifat ethnocentrism, usaha jagung F1 Aina diuntungkan karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Selanjutnya yaitu faktor lokasi, merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Menurut Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan

untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan kepada para pelanggan dimana lokasi yang strategis. Industri jagung F1 AINA berpusat di Koto Baru Batu Hampar Kabupaten Lima Puluh Kota, saat ini telah memiliki banyak cabang usaha di berbagai tempat di Sumatera Barat dan Riau sebanyak 18 buah cabang yang dimulai semenjak tahun 2012 hingga sekarang. Selain itu lokasi atau tempat industri jagung F1 AINA ini berada di tepi jalan raya yang sangat mudah untuk menemukan lokasinya.

Faktor kualitas produk, *consumer ethnocentrism*, dan lokasi diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga akan berdampak pada kelangsungan hidup suatu perusahaan karena berhubungan dengan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Consumer Ethnocentrism* dan Lokasi Terhadap Keputusan pembelian Pada Produk jagung F1 AINA di Koto Baru Batu Hampar Kabupaten Lima Puluh Kota”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen F1 AINA Koto Baru Batu Hampar?
2. Apakah *consumer ethnocentrism* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen F1 AINA Koto Baru Batu Hampar?

3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen F1 AINA Koto Baru Batu Hampar?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen F1 AINA Koto Baru Batu Hampar?
2. Untuk mengetahui pengaruh *consumer ethnocentrism* terhadap keputusan pembelian konsumen F1 AINA Koto Baru Batu Hampar?
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen F1 AINA Koto Baru Batu Hampar?

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menguatkan teori dari pengambilan keputusan konsumen serta sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya untuk pihak- pihak tertentu.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai bahan dalam menentukan *consumer ethnocentrism*, diferensiasi produk, dan lokasi dalam mempertimbangkan faktor-

faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan judul dan tujuan penelitian, maka penulis membahas dan menganalisis tentang pengaruh kualitas produk, consumer ethnocentrism, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada produk jagung F1 AINA di Koto Baru Batu Hampar Lima Puluh Kota.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

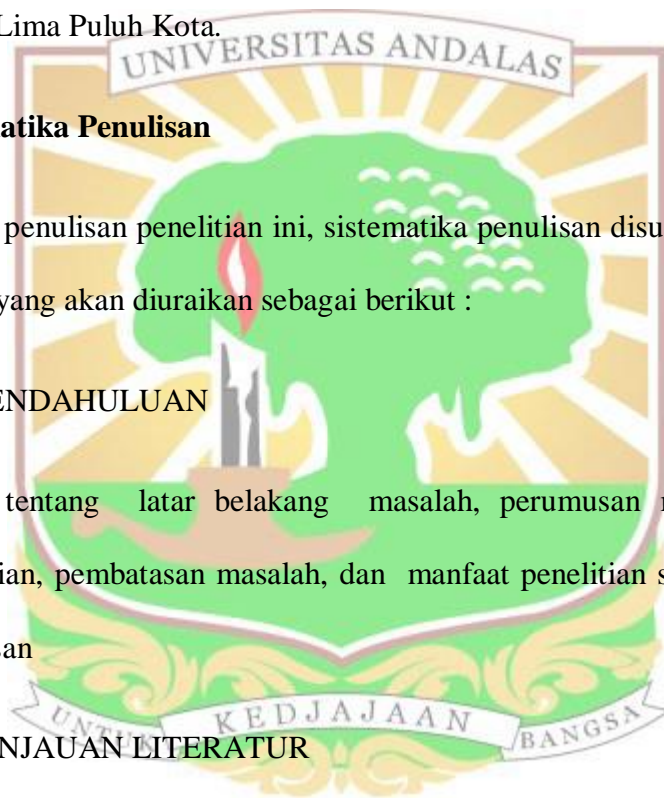
Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan

#### **BAB II : TINJAUAN LITERATUR**

Berisi tentang tinjauan literatur, review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi tentang desain penelitian, populasi, dan sampel penelitian, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.



#### BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran perusahaan, kriteria responden, hasil penelitian dan pembahasan.

#### BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian, dan saran penelitian

