

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Minat merupakan dorongan naluri manusia, yang dibarengi oleh dorongan dari pemikiran yang disertai perasaan. Minat yang hanya muncul dari perasaan tanpa pemikiran, mudah berubah sesuai dengan perubahan perasaannya. Menurut Sudiro (2018) minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat beli konsumen adalah tahapan dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merk yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Anggit, 2018).

Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sebuah perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa-apa saja yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan juga harus berupaya mencari informasi terkait apa yang diharapkan konsumen dari suatu produk agar perusahaan dapat selalu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Poin penting suatu perusahaan agar dapat memenangkan suatu persaingan pasar, yaitu perusahaan perlu memperhatikan apa yang melandasi seorang konsumen dalam memilih suatu produk. Diantara yang perlu diperhatikan ialah kualitas produk, promosi, dan harga yang mampu menarik minat konsumen.

Saat ini, banyak pelaku usaha yang berlomba-lomba menciptakan suatu produk yang mampu menembus pangsa pasar yang cukup luas, apalagi produk olahan yang dapat dikonsumsi berupa beragam jenis makanan dan minuman yang tentu saja sesuai dengan kebutuhan konsumen. Makanan dan minuman yang dipilih pada dasarnya tidak hanya mengenyangkan, namun harus bergizi dan mampu menimbulkan selera, serta menarik bagi yang mengkonsumsi makanan dan minuman tersebut. Banyak pelaku usaha yang menciptakan suatu minuman yang dapat menghilangkan dahaga, menyegarkan dan tentu saja menyehatkan. Tentu saja banyak upaya yang dilakukan oleh suatu pelaku usaha tersebut untuk mampu

menarik minat beli konsumen. Salah satu jenis minuman yang dapat memberikan banyak efek bagi tubuh dan yang banyak peminatnya adalah susu. Saat ini, banyak jenis susu yang tersebar di segala penjuru dunia, mulai dari susu kotak siap minum, susu bubuk, susu murni, hingga susu pasteurisasi.

Di Indonesia pertumbuhan susu masih rendah, namun tidak berhenti begitu saja oleh produsen yang menghasilkan produk susu pasteurisasi untuk dijual kepada konsumen sebagai kebutuhan sehari-hari. Salah satu usaha peternakan susu sapi perah khususnya di wilayah Sumatera Utara adalah PT.PIMS. PT.PIMS merupakan perusahaan yang bergerak di bidang peternakan dan pertanian serta pengolahan susu sapi. PT.PIMS berfokus dalam pemasaran susu dan yogurt dengan sistem pasteurisasi, dan selama perkembangannya PT.PIMS mulai mencoba inovasi produk baru untuk dipasarkan ke masyarakat berupa olahan keju. Di kalangan masyarakat, PT.PIMS ini di kenal dengan Gundaling Farmsted Berastagi. Susu pasteurisasi adalah salah satu produk di Gundaling Farmsted yang dapat dijadikan sebagai produk pilihan kosumen karena memberikan kualitas yang baik mulai dari kesegaran susu, daya tahan susu, dan kemasan susu. Adapun data produksi susu sapi murni di Gundaling Farmsted pada 1 tahun terakhir ialah:

Tabel 1. Data Produksi Susu Sapi Di Gundaling Farmsted Berastagi Tahun 2022

<b>Bulan</b>	<b>Produksi Susu Murni (Liter)</b>	<b>Produksi Susu Pasteurisasi (Liter)</b>
Januari	21.700	15.500
Februari	19.600	14.000
Maret	21.000	14.700
April	21.800	15.300
Mei	24.000	15.000
Juni	23.500	15.400
Juli	21.500	15.500
Agustus	24.800	14.800
september	24.000	15.300
Oktober	22.700	15.000
November	24.500	14.700
Desember	23.800	15.600

*Sumber:* Data diolah tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antara produksi susu murni dan produksi susu pasteurisasi. Dimana untuk susu murni tidak semua diolah untuk susu pasteurisasi, sebab sebagian diolah ke beberapa jenis keju

yang di produksi perusahaan. Dan untuk susu pasteurisasi sendiri diolah kembali menjadi susu rasa pasteurisasi , yogurt dan juga es krim. Dari tabel diatas di atas juga dapat dilihat bahwa produksi susu murni dan susu pasteurisasi di Gundaling Farmsted memiliki nilai yang cenderung fluktuatif atau naik turun. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang ada. Mulai dari sapinya sendiri atau dari faktor lain yang mampu menyebabkan produksi susu sapi naik turun. Di Gundaling Farmsted sendiri terdapat 238 ekor sapi perah dan hanya 70 ekor sapi yang produktif, ini karena sapi yang lain belum cukup umur dan belum pada masanya untuk diperah. Dimana untuk satu ekor sapi mampu menghasilkan lebih kurang 14-20 liter susu per hari, dan susu diperah sebanyak 2 kali dalam sehari yaitu pada pagi dan sore hari.

Selain menghasilkan susu, Gundaling Farmsted juga menghasilkan berbagai macam produk dari susu seperti yogurt, es cream, dan keju. Selain itu juga menghadirkan peluang edukasi wisata. Gundaling Farmsted Berastagi ini tidak pernah sepi pengunjung karena selain untuk melihat-lihat sapi dan menikmati pemandangan yang ada, tujuan pengunjung tentu saja adalah pada produk susu yang dihasilkan oleh Farmsted Berastagi. Adapun Volume penjualan susu sapi di Gundaling Farmsted pada 1 tahun terakhir yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Volume Penjualan Susu Sapi Di Gundaling Farmsted Berastagi Tahun 2022

<b>Bulan</b>	<b>Volume Penjualan/Liter</b>
Januari	5.270
Februari	4.704
Maret	4.960
April	4.620
Mei	6.572
Juni	5.400
Juli	5.518
Agustus	5.654
September	5.280
Oktober	4.650
November	4.470
Desember	6.138

*sumber:* Data diolah tahun 2023

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa selama satu tahun terakhir yaitu tahun 2022, mulai dari periode Januari hingga Desember, Volume penjualannya cenderung mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini tentu saja

disebabkan oleh beberapa faktor yang mampu mempengaruhi konsumen dalam pembelian susu sapi pasteurisasi.

Persaingan perusahaan yang semakin ketat saat ini, menuntut perusahaan untuk menerapkan standar kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini terjadi karena kualitas suatu produk menentukan berhasil atau tidaknya produk tersebut menembus pangsa pasar. Persoalan yang sering terjadi adalah apabila produk yang dihasilkan suatu perusahaan merupakan produk yang sama dijual dengan perusahaan lain, sehingga hal ini dapat menimbulkan kompetisi atau persaingan dari berbagai perusahaan-perusahaan yang ada (Zaen, 2020). Kualitas harus dapat diukur melalui pandangan terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga konsumen yang ingin memiliki suatu produk sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan. Gundaling Farmsted Berastagi perlu mempertahankan usaha produksi susu pasteurisasi serta dapat memberikan peningkatan pada kualitas produksinya agar konsumen terus berminat untuk membeli susu pasteurisasi di Gundaling Farmsted dan konsumen akan merasa senang karena produk yang diinginkan tercapai sesuai dengan kebutuhan. Untuk mendapatkan kualitas produk susu yang baik, maka dilihat dari pemerahan susu sapi segar dimulai dari pemberian pakan ternak dan kondisi cuaca sekitar. Selain dari hasil pemerahan susu sapi perlu adanya memperhatikan daya tahan susu yang sudah diolah. Penyimpanan susu pasteurisasi yang ada di Gundaling Farmsted pada suhu ruang hanya bertahan 8 jam, dan ruang pendingin tahan 4-5 hari, ini bahwa pengolahan susu sapi pasteurisasi tidak menggunakan bahan pengawet.

Suatu perusahaan banyak melakukan aktivitas yang tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, dan menjual produk atau jasa saja, tentu saja banyak aktivitas lain yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Salah satunya adalah promosi, yang mana kegiatan promosi merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, dimana isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya itu, kegiatan promosi ini ialah suatu kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen (Saling, 2015). Gundaling Farmsted Berastagi memiliki sistem promosi melalui media sosial online seperti

instagram, dan facebook. Untuk meningkatkan nilai penjualannya Gundaling Farmsted menjual produk susu secara langsung kepada konsumen.

Harga pun cukup berkaitan dalam keputusan konsumen. Dimana harga mengacu pada apa yang harus diberikan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang biasanya berupa nilai uang. Harga produk yang akan dijual tentunya harus dapat diterima di pasaran, yang mana harga harus sesuai dengan kualitas barang yang dipasarkan (Zahara, 2016). Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Umar, 2013). Harga susu pasteurisasi di Gundaling Farmsted Berastagi memiliki harga yang dapat dijangkau, dan diterima oleh semua kalangan. Namun tidak semua konsumen menyatakan bahwa produk yang dijual oleh Gundaling Farmsted termasuk dalam kata terjangkau, ada saja konsumen yang menyatakan bahwa produk susu pasteurisasi tidak terjangkau karena melihat kurangnya kualitas yang diberikan Gundaling Farmsted.

Pada observasi awal, dimana penulis melakukan wawancara terhadap beberapa responden yang merupakan konsumen susu sapi di Gundaling Farmsted menyatakan bahwa ukuran susu pasteurisasi yang ada kurang bervariasi karena hanya ada satu ukuran saja yaitu 1 liter. Konsumen juga menyatakan bahwa daya tahan susu tidak dapat disimpan dengan lama, sehingga konsumen harus menghabiskan susu pasteurisasi di hari yang sama saat pembelian agar rasa kesegarannya masih terjaga dan aman. Padahal sebagian besar konsumen berasal dari luar kota, menyebabkan mereka sangat menyayangkan hal tersebut.

Untuk promosi sendiri beberapa konsumen menyatakan bahwa mereka mengetahui Gundaling Farmsted dari mulut ke mulut, dan beberapa melalui media sosial, beberapa konsumen juga menyatakan tidak mengetahui bahwa Gundaling Farmsted memiliki media sosial resmi. Berdasarkan hasil pengamatan penulis dengan penelusuran di media sosial online bahwa Gundaling Farmsted pun ternyata masih kurang mempromosikan produk susu pasteurisasi, menyebabkan ada saja konsumen yang masih belum mengetahui bentuk promosi yang dilakukan Gundaling Farmsted. Pada kasus harga, konsumen di Gundaling Farmsted menjelaskan bahwa harga yang ditawarkan memang cukup terjangkau bagi

sebagian orang. Pada dasarnya, susu yang dijual ialah susu berukuran 1 liter dengan harga RP 45.000. Dengan ukuran segitu tentu saja susu dapat dinikmati beramai-ramai dan harganya mampu diterima oleh beberapa kalangan. Namun, kendati demikian ada saja konsumen yang menyatakan bahwa produk yang dijual oleh Gundaling Farmsted tidak terjangkau karena melihat kurangnya kualitas yang diberikan.

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, penulis tertarik untuk melihat seberapa pentingnya menyelidiki bagaimana tiga faktor yaitu faktor kualitas produk, promosi dan harga ini saling berinteraksi dan berdampak terhadap keputusan pembelian konsumen. Karena Gundaling Farmsted Berastagi yang berperan sebagai produsen susu sapi perlu memahami bahwa harga, promosi, dan kualitas produk memiliki peran yang signifikan dalam membentuk minat beli konsumen.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk, promosi, dan harga terhadap minat beli konsumen di Gundaling Farmsted?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan harga terhadap minat beli konsumen di Gundaling Farmsted Berastagi.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta manfaat, antara lain:

1. Bagi pemilik perusahaan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan strategis kepada Gundaling Farmsted untuk mempertimbangkan dan meningkatkan minat dan pembelian produk susu sapi mereka, sekaligus mempertahankan dan memperluas pangsa pasar.
2. Bagi penulis, penelitian diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang berhubungan dengan minat beli konsumen.

3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian diharapkan dapat dijadikan sumber referensi, informasi serta bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.