

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi saat ini, yaitu globalisasi membawa dampak perkembangan dari berbagai sektor, salah satunya dunia bisnis. Gaya hidup dari masyarakat ikut berubah sehingga lebih menyukai makanan maupun minuman cepat saji. Melihat masyarakat dari luar negeri ataupun budaya barat yang memang menggemari makanan dan minuman siap saji menjadi salah satu alasan yang kuat. Makanan siap saji yang digemari oleh masyarakat salah satunya adalah ikan sarden kaleng.

Dalam penelitian Tehubijuluw *et al* (2013), ikan merupakan salah satu sumber makanan yang dibutuhkan oleh manusia, karena ikan memiliki banyak kandungan protein. Ikan mengandung protein dan air yang cukup tinggi, sehingga ikan menjadi makanan yang cepat mengalami kekakuan, mudah busuk hingga mengalami kerusakan. Ikan yang beredar saat ini, tidak hanya dapat ditemukan dalam keadaan segar, tetapi juga dalam bentuk kemasan, yaitu ikan sarden kaleng.

Sedangkan penelitian Novi (2016), Sarden merupakan jenis ikan laut yang terdiri beberapa spesies *family clupeidae*, sehingga ikan ini cocok digunakan sebagai makanan yang dihidangkan dengan saus cabai maupun saus tomat (Firman, 2011). Salah satu ikan sarden kaleng yang ada di Indonesia adalah merek ABC.

Bersumber dari heinzabc.co.id, PT Heinz ABC Indonesia (PT HAI) merupakan salah satu perusahaan makanan dan minuman yang ada di Indonesia. PT HAI berdiri sejak tahun 1975, yang merupakan perusahaan multinasional dan salah satu anak perusahaan dari H.J Heinz Co terbesar di Asia. Produk dari PT HAI sendiri ada bermacam-macam, mulai dari ikan sarden, sirup, kecap, saos sambal. Untuk minumannya ada sari kacang hijau, sari asam jawa, aneka jus, hingga makanan bayi.

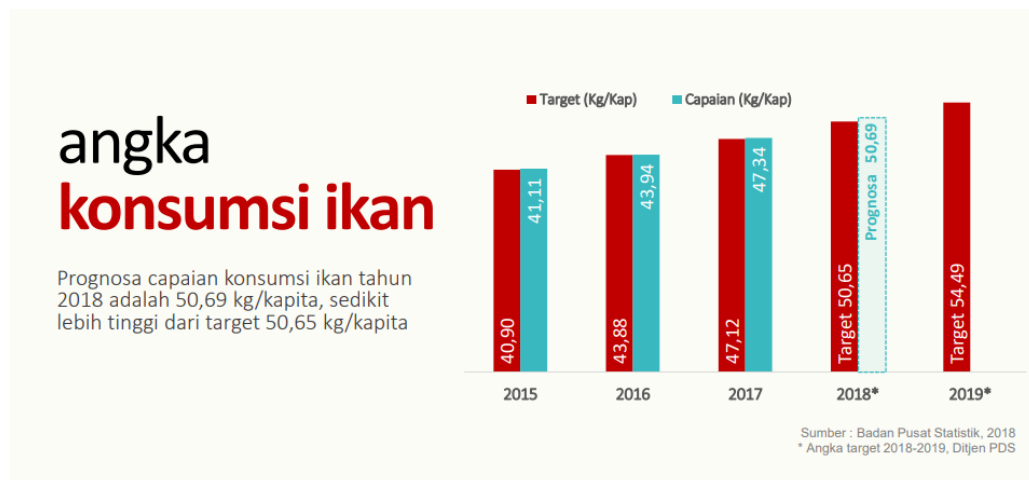
Negara Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang sangat melimpah, salah satunya adalah sumber daya laut, terutama ikan. Ikan yang ada di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian Negara. Ikan sendiri, merupakan sumber protein hewani yang dapat mudah ditemukan dan harganya yang cukup terjangkau, sehingga dapat berguna dalam peningkatan gizi masyarakat di Indonesia. Dalam mencukupi kebutuhan akan ikan, usaha yang dapat dilakukan mulai dari penangkapan sampai dengan budidaya ikan di banyak daerah yang ada di Indonesia.

Nilai gizi ikan yang mengandung asam amino esensial dengan kandungan biologisnya 90% dan jaringan pengikat yang sedikit sehingga mudah dicerna. Namun, ikan merupakan komoditi yang mudah mengalami pembusukan. Oleh karena itu, perlu dilakukan usaha untuk meningkatkan daya simpan dan kualitas produk perikanan melalui proses pengolahan atau pengawetan yang salah satunya adalah pengalengan dalam penelitian Zamroni and Abidin, Z (2016).

Meningkatnya konsumsi ikan di Indonesia, mendorong produksi ikan di Indonesia, terlebih ikan sarden kaleng ABC. Di Indonesia, pabrik pengalengan sendiri

masih menggunakan ikan impor dengan presentase sebanyak 80 persen sebagai bahan bakunya. Di Indonesia terdapat 44 tempat pabrik pengalengan. Dari jumlah pabrik tersebut, sebanyak 28 pabrik mengolah ikan sarden dan makarel, sedangkan sisanya mengelola ikan dengan jenis tuna (Nabila, 2019).

Gambar 1.1 Angka Konsumsi Ikan di Indonesia



Sumber: kkp.go.id

Banyak produk ikan kaleng yang dipasarkan baik di pasar tradisional maupun di pasar modern dengan keunggulan dan kelemahan masing-masing. Seiring dengan gaya hidup masyarakat yang suka berbelanja di pasar *modern* menjadi trend berbelanja. Dalam penelitian Afifuddin (2013), rata-rata pertumbuhan bisnis ritel (pasar *modern*) mencapai 17,57% per tahun. Penjualan bisnis ritel pada tahun 2011 yang mencapai Rp120 triliun serta pada tahun 2012 penjualannya mencapai Rp138 triliun. Jumlah pendapatan terbesar merupakan kontribusi dari *hypermarket*, kemudian disusul *minimarket* dan *supermarket*. Hal ini disebabkan beberapa

keunggulan dari pasar *modern* mulai dari penyediaan kebutuhan pokok hingga tersier dan ditambah fasilitas pendukung serta layanan yang baik (Zamroni and Abidin, Z. 2016).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan, data yang terdapat pada tahun 2014 hingga 2016, impor produk perikanan makarel menunjukkan grafik yang negatif. Pada 2014, pertumbuhannya -9,16 persen dibandingkan periode sebelumnya, atau setara dengan \$59,61 juta. Begitu pula pada 2016 yang nilainya semakin menurun menjadi \$48,5 juta, atau tumbuh negatif sebesar 15,90 persen. pada 2017, kegiatan impor produk perikanan makarel mulai tumbuh signifikan. Pada 2016, nilai impornya tercatat berjumlah \$48,5 juta dan meningkat menjadi \$93,83 juta pada tahun berikutnya, atau tumbuh sebesar 93,46 persen (Nabila, 2019).

Ketertarikan masyarakat akan merek dari produk ABC karena produk ABC adalah mudahnya produk dijumpai di berbagai pasar, pasar *modern*, *mini market*, *supermarket* hingga pedagang kelontong yang ada di daerah perumahan. Hal tersebut dikarenakan terdistribusinya dengan baik produk ABC, agar selalu dekat dengan para konsumen. Ikan kaleng ABC mengandung banyak manfaat, seperti omega 3&6, protein, vitamin B12, hingga kalsium. Karena ikan sarden ABC ditangkap, diproduksi, serta dikemas dalam hari yang sama sehingga mengandung banyak nutrisi untuk perkembangan otak. Dan dalam proses pembuatannya, melalui proses pemanasan ganda >100c. Menurut heinzabc.co.id.

**Tabel 1.1 Top Brand di Indonesia Tahun 2016-2019 Kategori Produk
Ikan Sarden Kaleng (dalam % TBI)**

Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019
ABC (46,6%)	ABC (38,4%)	ABC (43,8%)	ABC (49,4%)
Botan (21,1%)	Botan (32,0%)	Botan (26,2%)	Botan (23,0%)
Gaga (12,0%)	Gaga (13,6%)	Gaga (11,7%)	Gaga (8,9%)
Maya (11,3%)	Maya (10,4%)	Maya (9,3%)	Maya (6,6%)
		Pronas (2,6%)	Pronas (4,7%)

Sumber: <http://www.topbrand-award.com/top-brand-index>

Berdasarkan pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa ikan sarden kaleng yang menjadi *Top Brand* di Indonesia pada tahun 2016 berdasarkan (% TBI). ABC (46,6%), Botan (21,1%), Gaga (12,0%), Maya (11,3%). Pada tahun 2017 berdasarkan (% TBI), ABC (38,4%), Botan (32,0%), Gaga (13,6%), Maya (10,4%). Pada tahun 2018 berdasarkan (% TBI), ABC (43,8%), Botan (26,2%), Gaga (11,7%), Maya (9,3%), Pronas (2,6%). Pada tahun 2019 berdasarkan (% TBI), ABC (49,4%), Botan (23,0%), Gaga (8,9%), Maya (6,6%), Pronas (4,7%). Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa ikan kaleng sarden ABC menjadi *Top Brand* di Indonesia selama 4 tahun berturut-turut.

Menurut situs klikdokter.com, bahwa banyak masyarakat yang menghindari makanan kalengan karena dianggap kurang sehat dan tidak bergizi, mengandung pengawet, pewarna, tinggi garam atau gula, atau telah mengalami banyak proses pemasakan sehingga nutrisinya banyak yang hilang. Pada dasarnya, proses pengalengan bertujuan agar ikan sarden awet dikonsumsi dalam jangka panjang.

Dalam pengemasannya sarden dipanaskan dipanaskan sehingga bakteri berbahaya yang mungkin terkandung didalamnya mati.

Tidak benar bahwa ikan sarden kalengan tidak bergizi. Memang betul ada kandungan gizi yang hilang karena prosesnya, tetapi makanan ini masih kaya akan protein, omega-3, kalsium, vitamin D, kalium, selenium, dan natrium. Yang perlu diwaspadai adalah kandungan BPA dan garamnya. Untuk penderita darah tinggi, pilihlah produk yang rendah atau tanpa garam. Anjurannya adalah dikonsumsi sesekali saja, bukan untuk konsumsi rutin harian.

Kurangnya pengetahuan dan informasi masyarakat akan sarden kaleng yang terdapat di Indonesia, membuat masyarakat kurang menggemari ikan sarden kaleng dan sangat mempengaruhi masyarakat untuk tidak membeli ikan sarden. Untuk itu diperlukannya pengenalan dan penggalian informasi pada ikan sarden yang beredar di Indoneisa, salah satunya ikan sarden ABC. Agar mendapatkan informasi yang lebih jelas dan dengan disertai bukti ilmiah yang kuat maka perlu dilakukan suatu penelitian.

Berdasarkan, latar belakang masalah di atas serta penelitian terdahulu yang terdapat adanya *research gap*, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Niat Keputusan Pembelian Ulang Produk Ikan Sarden Kaleng Heinz ABC Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil dari penelitian dan *research gap* yang terdapat di latar belakang masalah tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini apakah persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada keputusan pembelian ulang produk ikan sarden kaleng Heinz ABC Indonesia. Dengan demikian permasalahan ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Bagaimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat keputusan pembelian ulang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari sebuah penelitian pada dasarnya merupakan jawaban dari rumusan masalah. Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menguji dan menganalisis persepsi harga produk terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat keputusan pembelian ulang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis sebagai sumber informasi untuk memberikan tambahan wawasan serta pengetahuan penulis, khususnya mengenai kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap niat keputusan pembelian ulang produk ikan sarden Heinz ABC Indonesia dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada pengembangan ilmu dan relevan dengan masalah penelitian. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat teori-teori dan untuk penelitian lanjutan dalam bidang manajemen pemasaran pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang dari produk ikan sarden kaleng Heinz ABC Indonesia.