

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pada jaman sekarang ini perusahaan dituntut untuk melakukan sesuatu yang baru untuk dapat tetap bersaing dengan produsen – produsen lain yang lebih baik dari produk mereka, maka dari itu perusahaan harus menilai dan merancang suatu produk yang dimaksudkan untuk menarik minat pasar sehingga dapat memberikan suatu nilai yang positif bagi perusahaan tersebut. Pemasaran bukan hanya sekedar memasarkan produk untuk dapat laris dipasaran dan memberikan profit untuk perusahaan. Pemasaran adalah bagaimana cara perusahaan menciptakan strategi–strategi untuk dapat memberikan produk dengan kualitas baik dan memasarkan produk sesuai dengan ilmu-ilmu pemasaran seperti segmentasi, targeting dan positioning produk yang baik agar dapat bersaing di pasar domestic maupun global. Fenomena persaingan di era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian negara manapun ke mekanisme pasar yang pada akhirnya memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Dalam melaksanakan pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen.

Perekonomian di Indonesia pun diramalkan akan mengalami perubahan besar yang dilakukan AFTA apabila pada tahun 2015 akan diadakan perdagangan bebas

seasia yang mengakibatkan banyak produsen dari luar negeri untuk berlomba-lomba datang untuk memasarkan produk di Indonesia dan bagaimana produk made in Indonesia dapat bersaing dengan produk dari luar negeri. Tentu hal tersebut mendorong produsen-produsen di Indonesia untuk lebih bersemangat dalam memasarkan produk mereka dan memberikan suatu inovasi yang lebih dari pada yang lain untuk dapat bersaing dan melakukan penelitian apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan berusaha memenuhi yang konsumen inginkan.

Promosi Serba Susu Lembang mungkin menjadi hal yang menarik untuk dilihat dan dibahas pada penelitian ini, apakah promosi yang di jalankan sudah berjalan dengan baik atau belum sesuai dengan apa yang sudah direncanakan. Kebanyakan masyarakat khususnya di daerah Bandung Kota belum mengetahui produk tentang Serba Susu Lembang, mungkin dikarenakan faktor dari kurang promosi yang dilakukan dari media sosial, radio, iklan di surat kabar sehingga masyarakat kota Bandung sendiri pun tidak mengetahui apabila tidak mengunjungi lembang. Produk Serba Susu Lembang sudah terkenal di Lembang dan sudah menjadikan oleh-oleh yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan.

Faktor promosi merupakan faktor yang penting untuk produsen ketahui dengan mengadakan promosi produsen dapat menjelaskan keunggulan produk, kualitas produk, dan memberikan layanan kepada konsumen sehingga timbul aksi yang ditimbulkan oleh konsumen yaitu membeli produk yang produsen tawarkan. Penelitian yang dilakukan oleh Hariandi Doni (2012;3) menjelaskan promosi adalah seni untuk merayu pelanggan dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Promosi adalah salah satu variable di

dalam bauran pemasaran yang sangat penting yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Promosi adalah hal yang penting dalam menawarkan produk yang mengakibatkan konsumen dari yang tidak tertarik dengan produk dapat mencoba dan timbul keputusan membeli produk tersebut.

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah inovasi produk. Inovasi produk adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh produsen pada era global sekarang. Dimana produsen dapat menciptakan sesuatu produk dengan nilai jual yang lebih baik ataupun membuat suatu produk yang dapat bertahan lebih lama dari sebelumnya dan membentuk sesuatu segmen pasar baru yang masih minim persaingan sehingga dapat menguntungkan perusahaan. Inovasi produk juga menciptakan suatu nilai jual yang berbeda seperti makanan dari olahan susu yang dapat membuat konsumen penasaran dan ingin mencobanya.

Perusahaan **Serba Susu Lembang** yang berdiri pada tahun 2009 yang terletak di Jl. Sekso AU no.7 Lembang, Bandung adalah perusahaan yang didirikan oleh Teh Lucy, beliau adalah sosok yang pengusaha wanita muda yang sukses memberikan inovasi produk pada olahan susu menjadi sesuatu yang memiliki nilai jual dan berbeda dari pada yang lainnya. Bandung barat telah ditetapkan oleh pemerintah Bandung sebagai wilayah untuk mengembangkan produk ternak susu sapi perah yang menjadi khas daerah tersebut. Kecamatan Lembang sebagai salah

satu penghasil susu nasional yang merupakan wilayah potensial untuk pengembangan usaha sapi perah. Populasi sapi perah di lembang yang saat ini mencapai kurang lebih 24.000ekor dengan produksi susu per hari kurang lebih 150.000 liter dan lembang menjadi daerah pariwisata merupakan potensi yang tak terbantahkan lagi untuk dikembangkan.

Berbagai keadaan diantaranya karena rendahnya harga jual susu sapi murni yang tidak sebanding dengan biaya memelihara sapi sehingga membuat para peternak sapi perah merasa kesulitan, bahkan banyak yang tingkat perekonomiannya dibawah rata-rata, ditambah lagi semakin meningkatnya harga kebutuhan pokok dan tingginya biaya pendidikan. Kesulitan ini membuat mata pencaharian sebagai peternak sapi perah tidak lagi menjanjikan dan menurunkan minat bagi generasi selanjutnya untuk melanjutkan usaha sapi perah. Hal ini sangatlah disayangkan, mengingat minimnya kebutuhan nasional akan susu murni. Oleh karena itu diperlukan upaya agar semangat para peternak sapi perah kembali meningkat yang diharapkan dapat meningkatkan minat generasi selanjutnya untuk mengembangkan usaha sapi perah.

Ketidakmampuan peternak sapi perah dan penghasil susu lainnya dalam membuat produk olahan susu menjadikan peternak hanya menjadi produsen susu murni, dimana tidak mempunyai nilai tambah dalam meningkatkan pendapatan usaha karena tidak bisa mengolah susu menjadi makanan dan minuman yang bernilai lebih. Kurangnya pengetahuan untuk mengembangkan susu murni menjadi berbagai produk olahan susu yang lebih bervariasi dan inovatif menjadi kendala terbesar yang selalu dikatakan peternak sapi perah untuk mengolah susu menjadi produk susu olahan seperti susu pasteurisasi, yoghurt, permen susu, dodol susu, kerupuk susu, dll.

Agar dapat meningkatkan nilai tambah dan produksi susu yang dihasilkan lebih inovatif, maka perusahaan dituntut untuk memproduksi susu lebih kreatif, juga harus mampu mempromosikan hasil olahan susu.

Melalui kelompok usaha pengolahan susu **Serba Susu Lembang** para peternak sangat berharap mereka bisa menjual susu dengan nilai yang lebih dibandingkan dengan hanya menjual susu murni. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat berbagai produk olahan susu yang dapat menarik minat para wisatawan di Lembang untuk menjadikan produk olahan susu sebagai makanan sehat dan oleh-oleh khas Lembang. Hal ini diharapkan dapat mendukung pariwisata kabupaten Bandung Barat khususnya kecamatan Lembang dan menjadi tujuan wisata kuliner. Kelompok pengolahan susu **Serba Susu Lembang** berharap ke depannya produk olahan susu ini dapat dikenal oleh masyarakat luas. Keinginan bersama dan komitmen kelompok untuk bersama-sama berupaya meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan adalah motivasi untuk mengelolah usaha pengolahan susu agar lebih inovatif.

Tujuan lain didirikannya kelompok usaha pengolahan susu *Serba Susu Lembang* adalah untuk meningkatkan pemberdayaan kaum perempuan, oleh karena itu mayoritas anggota kelompok adalah kaum perempuan yang berasal dari keluarga peternak, pekerja peternakan atau masyarakat sekitar yang tertarik terhadap pengolahan susu. Selain untuk meningkatkan peran kaum perempuan dalam meningkatkan gizi masyarakat melalui olahan susu, produk ini juga dapat menjadi pilihan jajanan sehat terutama bagi anak usia sekolah dengan membiasakan anak untuk mengkonsumsi produk olahan susu sejak dini yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas generasi penerus bangsa.

Tabel I

Omzet penjualan Perusahaan Serba Susu Lembang

Bulan	2011			2012			2013		
	Lembang	Rest area	Gabungan	Lembang	Rest area	Gabungan	Lembang	Rest area	Total
Januari	11.369.200	-	-	18.644.500	32.939.500	51.584.000	27.142.500	58.511.500	85.654.000
Februari	7.881.500	-	-	9.838.800	16.438.000	26.276.800	19.599.000	42.152.500	61.751.500
Maret	7.668.000	-	-	11.933.800	23.932.500	35.866.300	37.846.000	61.330.500	99.176.500
April	5.704.500	-	-	7.854.500	23.095.000	30.949.500	23.755.000	51.326.000	75.091.000
Mei	4.216.100	-	-	16.582.500	23.044.500	39.627.000	50.080.000	66.225.000	116.305.000
Juni	7.861.000	-	-	22.626.400	26.742.500	49.368.900	63.000.000	83.096.000	146.095.000
Juli	8.624.900	-	-	32.846.500	28.441.500	61.288.000	29.598.850	60.429.000	90.027.850
Agustus	16.881.800	-	-	54.973.300	62.688.000	117.661.300	69.166.950	111.298.500	180.465.450
September	16.390.800	32.296.000	48.686.800	25.518.000	59.609.500	85.127.500	46.107.750	53.715.500	99.823.250
Oktober	9.720.000	24.657.500	34.377.500	41.575.000	64.854.000	106.429.000	47.289.700	53.143.000	100.432.700
November	12.706.800	33.857.000	46.563.800	26.769.500	63.447.500	90.217.000	77.147.350	42.086.000	119.233.350
Desember	13.205.500	35.363.000	48.568.500	32.289.100	83.369.000	115.658.100	83.100.350	66.852.000	149.952.350
Total Omzet	122.230.100	126.173.500	248.403.600	301.451.900	508.601.500	810.053.400	413.595.750	641.226.500	1.324.007.950

Sumber : Laporan keuangan Tahunan Serba susu Lembang.

Dari omzet penjualan pertahun diatas dapat di liat bahwa omzet penjualan pertahun sangat lah berkembang pesat terutama setelah dibukanya cabang di rest area Km. 128 Bandung- Jakarta. Dalam uraian latar belakang tersebut peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian untuk menganalisis “Pengaruh promosi dan Inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada perusahaan serba susu lembang”.

1.2. Identifikasi Masalah

- Apakah terdapat pengaruh promosi dan Inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Serba susu Lembang?
- Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Serba susu Lembang?
- Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Serba Susu Lembang?

1.3. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Serba Susu Lembang.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Serba Susu Lembang.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Serba Susu Lembang.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.4.1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan informasi bagaimana menimbulkan minat beli bagi konsumen dan menganalisis inovasi produk dan promosi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan memberikan tambahan informasi bagi peneliti yang ingin meneliti indikator yang sama dengan penelitian ini.

1.4.2. Manfaat Praktis

- Akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dalam mengimplementasikan teori promosi dan inovasi produk yang berbasis pada keputusan pembelian konsumen untuk tertarik berbelanja pada Serba Susu Lembang dan saya berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi para akademisi untuk menjadi landasan teori bagi penelitian berikutnya.

- Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan dalam hal promosi dan inovasi produk dengan baik sesuai dengan teori yang peneliti dapat untuk memberikan masukan kepada perusahaan sehingga untuk kedepannya dapat lebih baik untuk memenangkan persaingan dari kompetitor.

- Peneliti

Hasil penelitian ini berguna untuk peneliti untuk membandingkan teori yang didapat pada saat perkuliahan dengan praktek langsung pada lapangan. Agar

peneliti mengetahui untuk cara mempromosikan dan melakukan inovasi untuk menarik pangsa pasar baru untuk memenagkan persaingan yang ketat.