

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman, perubahan gaya hidup serta perubahan pola pikir amatlah berpengaruh pada tindakan seseorang saat ini. Umumnya pada masa ini, masyarakat senang mengkonsumsi produk yang praktis dan instan dalam berbagai aspek salah satunya makanan. Sebagian besar masyarakat menyukai makanan instan dikarenakan makanan instan mudah ditemukan, memiliki berbagai varian jenis dan rasa, mudah dimasak, awet, enak dan sudah banyak makanan instan yang memiliki harga terjangkau. Keberadaan makanan instan sangat membantu masyarakat. Salah satu jenis makanan instan yang banyak diminati masyarakat adalah *frozen food* atau makanan beku. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya penjualan *frozen food* terlebih ketika pandemi COVID-19 dan dilakukan aktivitas *lockdown* maupun pembatasan aktivitas masyarakat. Masyarakat memilih menyimpan produk *frozen food* sebagai makanan konsumsi mereka selama masa pandemi.

Frozen food merupakan sebuah metode dalam mengawetkan produk makanan dengan cara mengubah hampir seluruh kandungan air didalam produk makanan menjadi es. Cara ini cukup efektif sebab keadaan beku menyebabkan aktivitas mikrobiologi dan enzim yang ada didalam makanan menjadi terhambat. Terhambatnya aktivitas mikrobiologi dan enzim didalam makanan dapat meningkatkan daya tahan dan simpan produk menjadi lebih panjang dibandingkan biasanya. Tentunya tetap akan ada masa simpan produk yang layak (*high quality life*) bagi *frozen food* sebelum kondisi makanan tersebut tidak lagi layak konsumsi.

Pemilihan masyarakat terhadap produk *frozen food* ternyata terpengaruhi pula dengan *brand* tertentu yang cukup dikenal didalam industri *frozen food*. Masyarakat cenderung mengenali dan memilih beberapa produk *frozen food* yang terkemuka ataupun *frozen food* yang memiliki beraneka varian. Hal ini terbukti pula dari beberapa penelusuran di mesin pencari web dengan mengetikkan kata kunci “*frozen food*”, maka dapat ditemukan beberapa artikel dan ulasan mengenai *brand* produk *frozen food* terbaik. Sehingga membangun *brand image* yang bagus bagi usaha *frozen food* tentulah sangat penting.

Selain *brand*, masyarakat tentunya mencari produk *frozen food* yang memiliki kualitas baik. Ternyata, kualitas *frozen food* dapat dilihat dari kandungan serta bagaimana proses pembekuan produk *frozen food* itu. *Frozen food* yang cenderung mengandung lemak tinggi tentu tidak berdaya simpan lebih lama dibandingkan produk *frozen food* yang berkadar lemak rendah. Sedangkan, terdapat dua jenis metode dalam pembekuan produk *frozen food* yaitu secara mekanik dan secara kriogenik. Dalam proses pembekuan ini sendiri, kinetika pembekuan sangat berperan penting dalam menentukan bagaimana kualitas makanan yang dibekukan. Pembekuan yang cepat akan menyebabkan perubahan bentuk partikel air menjadi partikel es yang berukuran kecil. Sementara pembekuan yang lambat akan menyebabkan perubahan bentuk partikel air menjadi partikel es yang berukuran lebih besar. Kondisi partikel air yang besar dapat merusak tekstur bagian dalam makanan. Saat ini, pembekuan dengan metode kriogenik merupakan teknologi pembekuan tercepat dengan memanfaatkan nitrogen cair. Tentunya akan terus dilakukan perkembangan teknologi pembekuan guna menemukan proses yang lebih cepat dan lebih efisien secara energi serta biaya. Tentunya masih banyak aspek lain dalam menentukan kualitas diantaranya rasa dan varian produk. Produk yang berkualitas akan memiliki cita rasa yang enak serta seringkali memiliki berbagai varian rasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Tidak hanya *brand image* dan kualitas produk saja yang berperan penting dalam menentukan pembelian produk *frozen food*, perkembangan gaya hidup saat ini dan meningkatnya edukasi halal kepada masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Terlebih produk pangan, masyarakat cenderung akan memperhatikan dan memiliki tingkat kesadaran terhadap kandungan produk makanan. Sehingga kondisi kesadaran halal pada masyarakat ini kemungkinan besar akan mempengaruhi minat beli produk *frozen food* yang sebagian besar menggunakan bahan berupa daging ternak. Dikutip dari informasi yang ditampilkan oleh pihak Badan Pusat Statistik Kota Pontianak, terdapat sebanyak 511.431 orang dari 646.661 masyarakat Kota Pontianak yang beragama Islam pada tahun 2020. Dari data tersebut, diketahui bahwa masyarakat muslim di Kota Pontianak merupakan masyarakat mayoritas dari segi agama yang dianut. Masyarakat muslim secara syariat harus memakan makanan yang halal dan turut andil dalam

menciptakan lingkungan yang mendukung kehalalan produk. Terlebih kini telah aktif beberapa agenda ilmiah yang membahas kehalalan produk terkhusus makanan.

Azis Frozen Food merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Pontianak yang memproduksi *Frozen Food*. Usaha ini dibangun dan dijalankan oleh Ibu Arlina beserta keluarga. Produksi dilakukan di kediaman Ibu Arlina, Ruko Kopi Bubuk Bang Azis Jalan Putri Daranante Pontianak. Usaha *Frozen Food* yang berada dibawah naungan CV. Arlin Mandiri ini memproduksi berbagai jenis *Frozen Food* dan memasarkan produk Unggulan nya melalui *Fresh Mart*, memperdagangkan keseluruhan produk sendiri serta menjual dalam bentuk siap saji/ telah digoreng melalui Bang Azis *Coffee*. UMKM ini telah mengantongi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) Dinas Kesehatan Kota Pontianak serta Nomor Induk Berusaha (NIB). CV. Arlin Mandiri juga telah cukup baik dalam membangun *brand* dengan nama “Azis”. Sebagai usaha milik dengan pemilik seorang muslim, saat ini *Azis Frozen Food* diproduksi dengan memperhatikan kebersihan, keamanan serta kehalalan berdasarkan syari’at yang berlaku. *Azis Frozen Food* kini sedang dalam proses dalam mengantongi izin kehalalan produk.

Berdasarkan beberapa kondisi tersebut, peneliti berencana mengetahui dan menganalisa seberapa besar keputusan pembelian konsumen terhadap produk makanan *frozen food* dengan *brand* “Azis *Frozen Food*” dengan didasari oleh 3 variabel utama yakni *brand image*, kualitas dan kesadaran halal. Pemilihan variabel ini didasari oleh beberapa penelitian sebelumnya yang akan dijabarkan pada Bab selanjutnya. Dari penelitian ini, akan diketahui apakah variabel-variabel tersebut mempengaruhi secara signifikan keputusan pembelian atau tidak sehingga dapat diambil langkah dalam metode pengembangan produk dan pemasaran yang baik bagi produk. Adapun yang menjadi subjek adalah masyarakat Kota Pontianak dengan usia 17 – 56 tahun yang gemar mengonsumsi *Frozen Food* dengan berjumlah 104 orang/responden yang memenuhi persyaratan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diperoleh rumusan masalah untuk penelitian kali ini yakni :

1. Bagaimana pengaruh *brand image* pada keputusan pembeli dalam membeli produk makanan “Azis Frozen Food” di Kota Pontianak?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembeli untuk membeli produk makanan “Azis Frozen Food” di Kota Pontianak?
3. Bagaimana pengaruh kesadaran halal dalam keputusan pembeli untuk membeli produk makanan “Azis Frozen Food” di Kota Pontianak?
4. Bagaimana pengaruh *brand image*, kualitas produk dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk makanan “Azis Frozen Food” di Kota Pontianak?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun dalam penelitian kali ini memiliki tujuan sebagai berikut ini :

1. Mengetahui dan menganalisa seberapa besar dampak *brand image* pada produk makanan beku terhadap keputusan pembelian dengan melibatkan produk makanan “Azis Frozen Food”
2. Mengetahui dan menganalisa seberapa besar dampak kualitas produk pada produk makanan beku terhadap keputusan pembelian dengan melibatkan produk makanan “Azis Frozen Food”
3. Mengetahui dan menganalisa seberapa besar dampak kesadaran halal pada produk makanan beku terhadap keputusan pembelian dengan melibatkan produk makanan “Azis Frozen Food”
4. Mengetahui dan menganalisa seberapa besar dampak *brand image*, kualitas produk serta kesadaran halal secara bersamaan(simultan) pada produk makanan beku terhadap keputusan pembelian dengan melibatkan produk makanan “Azis Frozen Food”

Melibatkan masyarakat Kota Pontianak dengan rentang usia 17 tahun hingga 56 tahun yang gemar mengonsumsi *Frozen Food* sebagai objek penelitian. Dengan memanfaatkan metode *Partial Least Square*(PLS-SEM), akan diketahui bagaimana pengaruh dari tiap variabel dan 3 variabel tersebut menurut subjek penelitian terhadap keputusan pembelian objek berupa produk makanan “Azis Frozen Food”.

1.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pada penelitian kali ini, terdapat pembatasan masalah yang menjadi acuan dalam melakukan penelitian agar tidak terlalu luas dan dapat berfokus pada inti-inti dan tujuan utama dari penelitian serta diberikan beberapa asumsi berupa dugaan sementara yang berperan sebagai dasar dalam melakukan penelitian.

1.4.1 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian kali ini sebagai berikut :

1. *Brand* atau merek produk makanan beku yang dijadikan objek adalah “*Azis Frozen Food*” dengan sasaran responden merupakan Masyarakat Kota Pontianak (baik berjenis kelamin lelaki maupun perempuan) berusia 17 – 56 Tahun yang gemar mengonsumsi *Frozen Food*.
2. Berfokus hanya pada 3 variabel (*Brand Image*, Kualitas dan Kesadaran Halal) pada produk makanan beku sebagai acuan dalam menentukan keputusan pembelian dengan menganalisa dampak dari setiap variabel serta ketiga variabel secara keseluruhan.
3. Hasil penelitian hanya akan membahas terhadap keputusan konsumen sebelum pembelian dan tidak terkait dengan data *real* penjualan di lapangan.

1.4.2 Asumsi

Berikut ini adalah asumsi-asumsi untuk penelitian kali ini :

1. *Brand* atau merek Produk Makanan Beku “*Azis Frozen Food*” telah dikenal sebagai *brand* atau merek produk makanan beku yang memiliki nama baik, berkualitas dan diproduksi oleh produsen muslim yang paham akan halal dan haram produk
2. Sasaran responden dari produk makanan beku “*Azis Frozen Food*” memiliki pemahaman yang baik mengenai *Brand Image*, Kualitas dan Kesadaran Halal pada Produk makanan beku “*Azis Frozen Food*”.
3. Data yang dicantumkan dianggap dapat mewakili pendapat Masyarakat Kota Pontianak dalam menentukan pembelian Produk makanan beku “*Azis Frozen Food*”.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk mempermudah pembaca dalam mempelajari dan mengetahui isi laporan, berikut merupakan uraian singkat mengenai gambaran pada masing-masing bab melalui sistematika penulisan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pertama berisi uraian tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah dari penelitian, tujuan dari penelitian, pembatasan masalah dalam penelitian, asumsi sebagai dasar penelitian serta sistematika penulisan penelitian agar lebih mudah dibaca dan dipahami.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, berisi studi literatur terhadap pemasaran dan manajemen pemasaran, *brand* dan *brand image* (merek dan citra merek), kualitas produk, halal dan kesadaran halal, keputusan pembelian, metode analisis data yang meliputi analisis kuantitatif, uji instrument, *partial least square* (PLS-SEM) serta pada bab ini akan merkapitulasi penelitian sebelumnya kemudian dibuat posisi penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, berisi Objek Penelitian, Alat dan Bahan, Diagram Alir Penelitian, Identifikasi Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Populasi dan Sample, Analisis PLS-SEM beserta Hipotesis Penelitian yang akan digunakan dan menjadi dasar awal dalam penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN, PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA

Pada bab ini akan ditampilkan informasi mengenai perusahaan dan produk yang menjadi objek, rekapitulasi hasil penyebaran kuisisioner kepada responden yang memenuhi syarat kemudian melakukan pengolahan data hasil penyebaran kuisisioner dengan menggunakan metode *partial least square* (PLS-SEM) agar dapat menjawab hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya. Setelah itu dilakukan analisa terhadap hipotesis dari variabel-variabel tersebut untuk diketahui pengaruhnya terhadap keputusan pembeli.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini diuraikan tentang kesimpulan dan saran. Dimana untuk kesimpulan berisi jawaban dari tujuan dalam penelitian serta hasil analisa dari pengolahan data. Untuk saran akan diberikan tanggapan dan saran dari peneliti bagi

brand atau merek produk makanan beku “Azis *Frozen Food*” dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian produk Azis *Frozen Food* berdasarkan 3 variabel yang diteliti.