

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara yang subur dan menjadikan Indonesia menjadi Negara agraris, dimana sebagian besar penduduk Indonesia bermata pencaharian sebagai petani buah. Hal ini juga didukung oleh letak Indonesia geografis yang menguntungkan serta iklim, cuaca serta garis khatulistiwa karena keadaan inilah Indonesia memiliki tanah yang subur (<http://digilib.petra.ac.id>). Salah satu dari hasil perkebunan di Indonesia adalah buah.

Buah adalah bahan makanan yang kaya akan vitamin, mineral, lemak, seperti rasa yang lezat, aroma yang khas serta warna dan bentuk yang mengandung nilai-nilai estetis. Buah-buahan dewasa ini semakin mendapatkan perhatian dari masyarakat, baik sebagai bagian menu makanan maupun sebagai komoditas ekonomi yang menguntungkan (Widodo, 1996). Berbagai faktor ikut mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat terhadap buah-buahan yang kian meningkat, antara lain: bertambahnya jumlah penduduk, naiknya tingkat pendapatan masyarakat, dan makin tingginya tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya makanan bergizi. Kemajuan teknologi ikut juga berperan penting dalam kualitas dan kuantitas buah yang diproduksi, serta inovasi produk turunan yang ujung-ujungnya menambah kebutuhan akan buah-buahan (Widodo, 1996).

Buah lokal Indonesia memiliki keanekaragaman dengan nilai eksotika yang tinggi, baik dalam bentuk buah rasa maupun aroma, seperti buah manggis, pepaya, mangga. Menurut Aningningsih (2005) Maraknya berbagai macam jenis buah impor yang memenuhi sentra-sentra pasar buah di Indonesia tidak terlepas dari akibat ketidakmampuan produsen buah lokal dalam memenuhi kebutuhan pasar. Jumlah buah lokal yang tersedia tidak sebanding dengan jumlah permintaan akibat kebutuhan pasar yang kian meningkat.

Di pasaran, buah-buahan yang mayoritas diimpor dari Thailand, Cina, Amerika dan Australia sudah sangat dikenal oleh konsumen lokal (Aningningsih, 2005).

Membanjirnya buah-buahan impor di pasar lokal merupakan tantangan yang harus diterima dampak dari globalisasi pada sektor industri bahan pangan, ditambah dengan adanya kebijakan pasar bebas menyebabkan derasnya arus masuk berbagai bahan pangan impor ke Indonesia, termasuk buah; baik dalam bentuk segar maupun olahan (Aningningsih, 2005). Di satu sisi, konsumen lokal dimanjakan dengan ketersediaan berbagai macam buah segar (lokal maupun impor) yang tidak lagi dibatasi oleh musim panen. Namun di sisi lain, buah lokal tidak mampu bersaing dengan buah impor dari berbagai aspek, antara lain konsistensi kualitas fisik, ketersediaan barang, harga yang kompetitif, dll. .

Tabel 1.1 Produksi Buah-Buahan Tahun 2007-2011

Produksi Buah-Buahan di Indonesia Tahun 2007 - 2011*)
Fruits Production in Indonesia, 2007 - 2011)*

No.	Propinsi/Province	Tahun/Year					(Ton)
		2007	2008	2009	2010	2011*)	Pertumbuhan/ Growth 2011*) over 2010 (%)
1	Alpukat	201.635	244.215	257.642	224.278	271.178	20,91
2	Belimbing	59.984	72.397	72.443	69.089	81.173	17,49
3	Duku/Langsar	178.026	158.649	195.364	228.816	173.185	-24,31
4	Durian	594.842	682.323	797.798	492.139	873.980	77,59
5	Jambu Biji	179.474	212.260	220.202	204.551	213.739	4,49
6	Jambu Air	94.015	111.495	104.885	85.973	102.755	19,52
7	Jeruk Siam/Keprok	2.551.635	2.391.011	2.025.840	1.937.773	1.714.050	-11,55
8	Jeruk Besar	74.249	76.621	105.928	91.131	93.758	2,88
9	Jeruk	2.625.884	2.467.632	2.131.768	2.028.904	1.807.808	-10,90
10	Mangga	1.818.619	2.105.085	2.243.440	1.287.287	2.129.608	65,43
11	Manggis	112.722	78.674	105.558	84.538	136.080	60,97
12	Nangka/Cempedak	601.929	675.455	653.444	578.327	652.981	12,91
13	Nenas	2.237.858	1.433.133	1.568.196	1.406.445	2.169.431	54,25
14	Pepaya	621.524	717.899	772.844	675.801	955.078	41,33
15	Pisang	5.454.226	6.004.615	6.373.533	5.755.073	5.899.640	2,51
16	Rambutan	705.823	978.259	986.841	522.852	800.232	53,05
17	Salak	805.879	862.465	829.014	749.876	815.227	8,71
18	Sawo	101.263	120.649	127.876	122.813	117.656	-4,20
19	Markisa	106.788	138.027	120.796	132.011	140.945	6,77
20	Sirsak	55.798	55.042	65.359	60.754	59.900	-1,41
21	Sukun	92.014	113.778	110.923	89.231	110.322	23,64
22	Apel	-	160.794	262.009	190.609	201.135	5,52
23	Anggur	-	21.970	9.519	11.700	11.944	2,09
24	Melon	59.814	56.883	85.861	85.161	103.563	21,61
25	Semangka	350.780	371.498	474.327	348.631	471.839	35,34
26	Blewah	57.725	55.991	75.124	30.668	61.283	99,83
27	Stroberi	-	128.701	19.132	24.846	41.023	65,11

Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura
Source : BPS - Statistics Indonesia and Directorate General of Horticulture
Keterangan : -) Data tidak tersedia
*) Angka sementara
Note : -) Data not available
*) Preliminary Figure

Dilihat dari tabel 1.1 tampak bahwa tingkat produksi buah Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun, terutama pada buah durian, jeruk, mangga, dan nanas. Mengacu pada data ini, dapat disimpulkan pula bahwa sebenarnya buah lokal berpotensi besar untuk bersaing dengan buah impor yang ketersediaannya melimpah di pasar domestik. Tidak dapat dipungkiri bahwa buah impor selama ini masih menjadi pilihan utama konsumen, karena mudah didapat serta memiliki daya tarik dari segi fisik dan harga.

Manfaat dan nilai gizi buah lokal lebih besar daripada buah import. Buah impor sebenarnya hanya menang gengsi saja, namun kadar gizinya lebih sedikit dibanding dengan buah lokal," ungkap pakar nutrisi, Emilia E. Achmadi, MS, RD. Pengawetan buah dengan menggunakan bahan-bahan kimia seperti lapisan lilin membuat penampilan buah impor mulus dan mengilat, sehingga terlihat sangat menggiurkan (harian Kompas, 22 Maret 2012). Padahal, lapisan lilin tersebut bisa memberi pengaruh buruk bagi kesehatan. Sebaliknya, kandungan gizi buah lokal dinilai lebih baik karena pada jarak tempuh saat pengirimannya tak terlalu jauh. Hasilnya, perlakuan pasca panennya pun tak perlu melibatkan bahan pengawet atau bahan kimia lainnya. Karena jarak pengiriman yang cenderung dekat, buah bisa dipanen saat sudah matang sehingga kandungan nutrisinya maksimal. Selain itu, karena jarak tempuh pengirimannya tidak jauh, dan banyak dijual di pasar, harga buah lokal pun cenderung lebih murah. (harian Kompas, 22 Maret 2012).

Meningkatnya jumlah buah yang diimpor ke Indonesia dari tahun ke tahun menyebabkan buah lokal kian tersisih akibat kalah bersaing dengan buah impor. Bila keadaan ini terus berlangsung maka buah lokal lama kelamaan akan menghilang dari pasaran karena keengganan petani buah untuk memproduksi buah lokal. Hal ini memaksa pemerintah untuk turun tangan mencari solusi supaya buah lokal bisa berkembang dan memberi manfaat bagi petani buah. Maka dari itu, pemerintah telah mewacanakan untuk mengurangi jumlah buah yang diimpor dari luar negeri.

Menteri Pertanian menyatakan bahwa kebijakan Kementerian Pertanian untuk melakukan pembatasan pintu masuk produk hortikultura dari luar mampu menekan

tingkat importasi komoditas buah dan sayur dari luar hingga 30% (Harian Bisnis Indonesia, 17 Desember 2012). Dalam hal ini pemerintah membatasi masuknya buah import dan pembatasan masuknya hanya melalui elabuhan Tanjung Perak, Surabaya, Pelabuhan Makassar, Pelabuhan Belawan, Medan, dan Bandara Soekarno-Hatta, Tangerang sementara Pelabuhan Tanjung Priok juga dalam meningkatkan konsumsi buah lokal, pemerintah daerah harus memperhatikan petani lokal dari pada komoditas import.

Dengan adanya perubahan lingkungan, serta dukungan pemerintah terhadap petani buah lokal diharapkan dapat bersaing dengan buah impor, yang juga berdampak positif pada usaha distribusi buah lokal; seperti yang dilakukan oleh sebuah usaha dagang “A”.

Sebuah badah usaha yang didirikan pada tahun 1990 yang bergerak pada bidang usaha distribusi buah–buahan lokal dengan wilayah pemasaran mencakup Surabaya dan sekitarnya, Jakarta, dan juga Balikpapan. Sejak didirikan sejak saat ini, UD “A” hanya berfokus sebagai supplier buah lokal, sama sekali tidak merambah ke buah impor. Hal ini karena UD “A” lebih percaya bahwa kualitas yang dimiliki buah lokal lebih baik dari kualitas buah impor.

Untuk bisa meningkatkan daya saing buah lokal terhadap buah impor, maka perlu diakan penelitian terkait variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat pada buah lokal antara lain citra produk, kualitas produk, dan word of mouth. Ketiga variabel diatas merupakan hasil temuan dari sigi awal yang dilakukan sebelum melakukan penelitian lebih lanjut.

Menurut definisi Kotler dan Keller (2008) keputusan pembelian dimulai ketika kebutuhan konsumen muncul karena dipicu oleh rangsangan internal dan eksternal. Oleh sebab itu penulis ingin meneliti lebih lanjut bagaimana citra produk keputusan pembelian buah lokal mampu berpengaruh pada suatu keputusan pembelian.

Product image adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen (Kotler, 2007). Sedangkan Menurut Assael (1998), *Word of Mouth* adalah komunikasi interpersonal

antara dua bahkan lebih individu seperti anggota kelompok referensi atau konsumen dan tenaga penjual.

Kualitas produk juga dapat berpengaruh pada keputusan pembelian. Menurut (Kotler, 2003) Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Dengan objek penelitian yang bertempat di area Surabaya, maka penelitian ini mengambil judul **Analisis Pengaruh Product image, Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buah Lokal Di Surabaya.**

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya dibatasi oleh 4 yaitu *product image*, kualitas produk, *word of mouth*, dan keputusan pembelian. Faktor lingkungan dan faktor pribadi tidak diamati pada suatu buah secara spesifik dengan pasar pertimbangan bahwa faktor-faktor lingkungan seperti ekonomi, politik, dan budaya dihadapi secara bersama-sama jadi oleh konsumen yang merupakan para remaja di Surabaya, sehingga dapat dikatakan homogen. Selain itu faktor pribadi yang terdiri dari umur, pekerjaan, dan keadaan ekonomi sudah ditentukan karakteristik populasi yaitu semua kalangan yang dengan usia berkisar 25-60 tahun yang bertempat tinggal di Surabaya.

Faktor-faktor yang apabila diketahui mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli buah lokal, selanjutnya atribut-atribut tersebut akan dikaji lebih lanjut supaya dapat diketahui atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi keputusan beli konsumen dalam melakukan pembelian buah lokal.

Tabel 1.2
Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian buah lokal

No.	Konseptual Indikator	Pernyataan
1.	<i>Product image</i> a. Pemahaman konsumen mengenai produk secara keseluruhan. b. Bagaimana cara memperkenalkan produk tersebut agar dapat menjadi sebuah memori bagi konsumen. c. Pemahaman, kepercayaan, dan pandangan atau persepsi konsumen terhadap suatu produk.	a. Buah lokal dapat dikonsumsi oleh semua kalangan b. Buah lokal memiliki bentuk yang menarik. c. Buah lokal mudah di dapat di pasaran d. Buah lokal dapat menunjukkan diferensiasi produk dibanding produk buah impor e. Buah lokal memiliki manfaat gizi yang baik bagi diri kita f. Buah lokal dipercaya lebih memiliki kualitas yang baik
2.	<i>Word of Mouth</i> a. Kemauan pelanggan dalam membicarakan hal-hal positif produk kepada orang lain. b. Rekomendasi dari orang lain. c. Dorongan dari teman / relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk	a. Buah lokal direkomendasikan di lingkungan sosial b. Informasi positif mengenai buah lokal yang di peroleh dari teman c. Informasi positif mengenai buah lokal yang di peroleh dari keluarga
3.	Kualitas produk a. <i>Performance</i> ; berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik. b. <i>Reliability</i> ; berkaitan dengan kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya c. <i>Aesthetic</i> ; daya tarik produk terhadap panca indera.	a. Kualitas dari buah lokal bebas dari bahan kimia b. Kualitas buah lokal sesuai dengan selera konsumen c. kualitas buah lokal memiliki rasa yang lebih enak
4.	Keputusan Pembelian a. Bertanya lebih lanjut mengenai produk b. mencari produk di pasaran c. memikirkan produk di dalam pembelian	a. Buah lokal muncul dipikiran saya saat ingin melakukan pembelian. b. Konsumen cenderung akan melakukan pembelian lagi terhadap buah lokal. c. Buah lokal merupakan produk yang dicari untuk memenuhi kebutuhan saat ini.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka perumusan permasalahan secara umum yaitu apakah *product image*, kualitas produk, dan *word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian buah lokal. Maka secara spesifik, perumusan permasalahan dapat dijabarkan menjadi tiga hal berikut :

1. Apakah *product image* berpengaruh positif terhadap kualitas produk ?
2. Apakah *word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian ini yaitu untuk memberikan masukan dan pengetahuan bagi masyarakat umum tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian buah lokal di kalangan konsumen usia muda khususnya para remaja hingga orang dewasa. Sedangkan tujuan khusus dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana *product image*, *word of mouth* dan kualitas produk buah lokal mempengaruhi keputusan pembelian buah lokal.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen dengan menggunakan penerapan model dari penelitian terdahulu dalam objek yang berbeda, khususnya teori mengenai pengaruh variabel-variabel *dependent* (*Product image*, kualitas produk dan *word of mouth*) terhadap variabel *independent* (keputusan pembelian). Manfaat lain dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian di masa yang akan datang yang diharapkan dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda. Manfaat untuk penulis sendiri adalah peneliti dapat menemukan hasil dari model yang digunakan terhadap suatu objek penelitian. Penelitian ini juga dapat menjadi pedoman untuk peneliti dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis dari penelitian ini adalah dapat digunakan bagi para praktisi dalam mengambil keputusan, khususnya dalam hal ini adalah

keputusan pembelian buah lokal, dilihat dari *product image*, kualitas produk serta *word of mouth* dalam faktor-faktor dari keputusan pembelian buah lokal.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam mengikuti bahasan-bahasan dalam penelitian ini, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TELAAH PUSTAKA

Berisi mengenai teori-teori mengenai *product image*, kualitas produk, word of mouth, dan keputusan pembelian, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisi penjelasan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan mengenai hasil- hasil pengolahan data.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini menguraikan tentang simpulan dan hasil pembahasan dan implikasinya serta rekomendasi yang dipandang perlu untuk mengatasi kekurangan-kekurangan yang ada.

