

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dampak perkembangan zaman sangat berpengaruh pada sektor bisnis di Indonesia, khususnya dalam bidang kuliner. Era modern ini menyaksikan pertumbuhan pesat banyak bisnis, terutama di industri kuliner. Perubahan zaman memainkan peran kunci dalam perkembangan industri kuliner saat ini, di mana bisnis kuliner tengah mengalami booming dan menjadi pusat tren bagi para pecinta kuliner. Industri kuliner tumbuh dengan cepat, terutama di Indonesia, di mana para pengusaha bersaing untuk menghasilkan inovasi baru yang khas untuk wilayah mereka, baik melalui penggunaan bahan makanan maupun strategi pemasaran yang unik.

Kawasan Bandung Raya dikenal sebagai daerah penghasil susu segar. Daerah ini meliputi Bagian Utara dan Selatan Bandung yang telah lama diakui sebagai produsen terkemuka susu sapi. Di antara keduanya, wilayah utara, terutama Kabupaten Bandung Barat, menjadi Produsen Susu nomer satu di tingkat Jawa Barat Menurut Data Statistik Provinsi Jawa Barat. Potensi ini mendorong seorang produsen makanan untuk mengembangkan produk yang menggunakan susu sapi sebagai bahan utamanya. Bolu Susu Lembang diciptakan untuk memperkenalkan kekayaan kuliner Bandung, terutama Lembang, melalui cita rasa yang otentik. Keunikan makanan ini terletak pada bahan baku yang khas dan rasa

lezatnya, sehingga menarik perhatian konsumen dan menjadikannya sebagai hidangan istimewa.

Selain melakukan inovasi pada bahan baku, produsen Bolu Susu Lembang pada saat ini sedang mempertimbangkan strategi efektif untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produk mereka. Salah satu upaya untuk menarik perhatian konsumen adalah dengan menggunakan kemasan yang menarik. Pada masa lampau, kemasan bukanlah faktor utama dalam menarik minat konsumen, namun saat ini banyak pengusaha di industri makanan dan minuman yang fokus pada aspek estetika, kemudahan, keunikan, dan daya tarik produk mereka. Hal ini dikarenakan faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kini, pentingnya kemasan produk tidak dapat disangkal. Fungsi kemasan tidak hanya sebagai sarana pelindung makanan atau minuman dari kotoran, benturan, dan sinar matahari, melainkan juga sebagai sarana promosi yang menarik minat calon pembeli. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Raheem, Vishnu, dan Ahmed pada tahun 2014, kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan mengurangi biaya promosi. Rundh, sebagaimana dikutip oleh Raheem, Vishnu, dan Ahmed (2014), menyatakan bahwa kemasan memiliki kemampuan untuk menarik perhatian konsumen terhadap merek tertentu, meningkatkan citra, dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk.

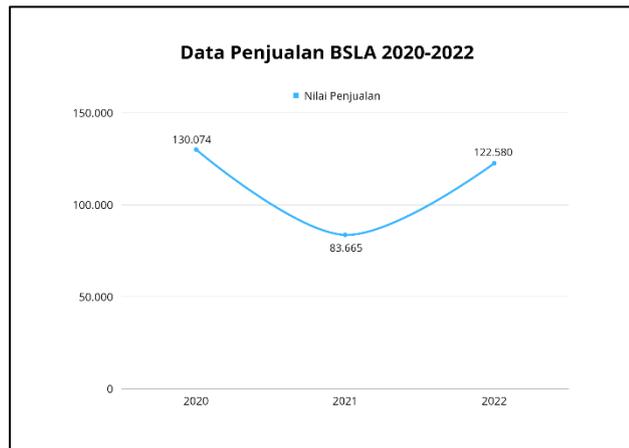
Selain penampilan kemasan yang menarik, promosi juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Promosi merupakan bentuk komunikasi persuasif yang mengundang, meyakinkan, dan membujuk konsumen. Keuntungan yang diperoleh oleh produsen melalui promosi adalah mampu menghindari persaingan berdasarkan harga, karena konsumen cenderung membeli barang berdasarkan ketertarikan terhadap mereknya. Promosi memiliki potensi untuk meningkatkan citra merek serta menghasilkan keuntungan. Selain meningkatkan penjualan, promosi juga memiliki peran dalam menjaga stabilitas produksi.

Salah satu produsen bolu susu Lembang yang masih aktif memproduksi produknya hingga saat ini adalah produsen dengan merek Bolu Susu Lembang Asli (BSLA). Berdiri sejak tahun 2016, awalnya produsen Bolu Susu Lembang Asli hanya berfokus pada produksi Bolu Kabocha khas Lembang. Namun, seiring berjalannya waktu, pada tahun 2017 muncul produk pesaing baru dengan nama Bolu Susu Lembang yang diproduksi oleh PT. Agrenesia Raya. Produk ini berhasil menjadi primadona dan menjadi produk yang paling laris di pasaran.

Dengan persaingan yang begitu ketat dan melihat peluang bisnis baru, akhirnya produsen Bolu Susu Lembang Asli beralih untuk memproduksi Bolu Susu dengan nama “Bolu Susu Lembang Asli”. Karena permintaan yang terus bertambah, produsen Bolu Susu Lembang Asli terus memproduksi bolu susunya hingga saat ini.

Berikut adalah tabel data nilai penjualan tiga tahun terakhir produk Bolu Susu Lembang Asli (BSLA) dari tahun 2020 sampai 2021 :

Gambar Kurva Penjualan Bolu Susu Lembang Asli Tahun 2020 - 2021



Sumber : Peneliti 2024

Berdasarkan data yang tercantum dalam gambar 1.1, diketahui bahwa nilai penjualan Bolu Susu Lembang Asli dari tahun 2020 hingga tahun 2022 mengalami fluktuasi yang signifikan. Pada tahun 2020, nilai penjualan mencapai puncaknya sekitar 130.074 box. Namun, pada tahun 2021, terjadi penurunan yang cukup signifikan, turun dari 130.074 menjadi 83.665 box. Kemudian, pada tahun 2022, terjadi kenaikan kembali dari 83.665 box menjadi 122.580 box. Meskipun demikian, peningkatan nilai penjualan pada tahun 2022 tidak sebesar pada tahun 2020.

Dalam konteks ini, diperlukan upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian, seperti peningkatan promosi. Peneliti menduga bahwa fluktuasi nilai penjualan dapat dipengaruhi oleh faktor kompetisi yang semakin meningkat, serta variabel promosi dan kreativitas kemasan. Untuk lebih

memahami faktor-faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Bolu Susu Lembang Asli, peneliti melakukan pra-survey dengan menyebarkan kuesioner secara acak kepada 20 responden yang telah membeli dan pernah melakukan pembelian Bolu Susu Lembang Asli.berikut data yang diperoleh :

Tabel 1.1
Tabel Pra-Survey

No	Pernyataan	Setuju	Tidak setuju
1	Mengetahui atau mendengar pertama kali produk Bolu Susu Lembang Asli melalui media promosi	40%	60%
2	Harga produk Bolu Susu Lembang Asli terjangkau	75%	35%
3	Lokasi toko Bolu Susu Lembang Asli mudah dijangkau	85%	15%
4	Kualitas produk Bolu Susu Lembang sesuai harapan	85%	15%
5	Desain kemasan dari Bolu Susu Lembang Asli mempengaruhi anda untuk membeli produknya	30%	70%
6	Mengetahui produk Bolu Susu Lembang Asli dari teman.	60%	40%

Sumber : Peneliti 2024

Data dalam tabel mencerminkan tanggapan responden terhadap kuesioner pra-penelitian yang disebarkan oleh peneliti kepada 20 orang peserta. Melalui kuesioner tersebut, peneliti memperoleh informasi bahwa sebagian besar jawaban dari responden terhadap enam pernyataan yang diajukan adalah "Tidak Setuju." Hal ini mengindikasikan bahwa kemungkinan besar promosi dan desain kemasan menjadi penyebab utama penurunan keputusan pembelian Bolu Susu Lembang Asli dalam tiga tahun

terakhir. Peneliti berpendapat bahwa jika masalah ini berlanjut secara berkelanjutan dan berlangsung dalam jangka waktu yang lama, perusahaan berpotensi menghadapi masalah serius yang dapat memberikan tekanan signifikan terhadap laba perusahaan.

Dari orang yang diwawancarai, ada satu partisipan yang peneliti temui dan mengatakan bahwa desain kemasan Bolu Susu Lembang Asli terlalu serupa dan dikenali dengan mudah sebagai desain produk dari pesaingnya. Hal ini menyebabkan kurangnya identitas yang unik pada kemasan produk Bolu Susu Lembang Asli.

Di samping itu, beberapa pelanggan juga berpendapat bahwa mereka tidak menemukan promosi produk Bolu Susu Lembang Asli, baik melalui media elektronik maupun cetak, sehingga mereka memiliki keterbatasan informasi mengenai spesifikasi produk tersebut.

Berdasarkan Fakta dan analisis yang telah disampaikan, Peneliti merasa tertarik untuk memilih permasalahan dalam penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Kreativitas Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bolu Susu Lembang Asli”**

B. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan, Peneliti mengenali beberapa permasalahan yang terjadi pada Bolu Susu Lembang sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan Omset penjualan pada rentang tahun 2020 hingga 2022.
2. Menurunnya minat beli konsumen karena Adanya pesaing yang menawarkan produk serupa dengan variasi desain kemasan yang berbeda.
3. Terdapat kekurangan dalam melakukan promosi melalui media sosial untuk memperkenalkan varian produk baru.
4. Kurangnya Kreativitas Desain pada kemasan, sehingga membuat konsumen tidak bisa membedakan produk melalui desain yang dibuat

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, rumusan masalah yang peneliti temukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Bolu Susu Lembang Asli?
2. Bagaimana pengaruh Kreativitas kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen Bolu Susu Lembang Asli?
3. Bagaimana pengaruh Promosi dan Kreativitas Kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen Bolu Susu Lembang Asli?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini dapat diketahui sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari Promosi terhadap keputusan pembelian Konsumen Bolu Susu Lembang Asli.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari Kreatiivitas Kemasan terhadap keputusan pembelian Konsumen Bolu Susu Lembang Asli.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari Promosi dan Kreatiivitas Kemasan terhadap keputusan pembelian Konsumen Bolu Susu Lembang Asli.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis.

Harapannya, laporan penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi studi yang akan dilakukan di masa mendatang dan memiliki dampak yang penting dalam ranah pendidikan dan pengetahuan, terutama dalam konteks dampak promosi dan kreativitas kemasan terhadap keputusan pembelian produk Bolu Susu Lembang.

2. Manfaat Praktis.

a. Bagi Peneliti.

Diinginkan bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi Peneliti dengan memberikan kontribusi pada peningkatan pengetahuan dan pemahaman mengenai promosi serta kreativitas dalam kemasan.

b. Bagi Perusahaan.

Harapannya, penelitian ini bisa memberikan kontribusi bagi Produsen Bolu Susu Lembang Asli dalam usahanya untuk meningkatkan serta mengembangkan mutu produknya.

