

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan perusahaan industri dibisnis makanan dan minuman yang saat ini sudah mulai melebar ke kawasan Indonesia, khususnya produk olahan makanan dan minuman, yang saat ini produk tersebut sangat digemari oleh masyarakat Indonesia dari berbagai lapisan elemen masyarakat. Dari berbagai macam perusahaan yang bergerak dibidang industri pengolahan makanan dan minuman yang berada di kawasan Indonesia, salah satunya adalah PT. Nestle Indonesia. PT. Nestle Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *Food and Beverages* yang memiliki beberapa produk unggulan berbahan dasar dari susu sapi dan tepung.

PT. Nestle Indonesia adalah anak dari perusahaan Nestle SA yang berasal dari negara Swiss dan memproduksi berbagai macam jenis produk diantaranya yang paling familiar adalah produk olahan susu dan coklat. PT. Nestle Indonesia terus berkembang dari zaman ke zaman dengan misi perusahaan yaitu dapat menjadi perusahaan pemimpin gizi, kesehatan dan keafiatan di dunia, dipercaya oleh semua pemangku kepentingan dan dijadikan acuan untuk kinerja keuangan dalam industrinya. Dengan moto perusahaan "*Good Food, Good Life*" yang menawarkan produk konsumsi dengan profil nutrisi terbaik dalam kategorinya.

Kesuksesan PT. Nestle Indonesia juga tidak lepas dari dukungan distribusi produk yang dipasarkan oleh berbagai mitra distributor diseluruh wilayah Indonesia. Dalam perkembangan bisnisnya, PT. Nestle Indonesia juga

sangat berpacu terhadap kondisi pasar yang berada diwilayah distributor-distributor terkait. Dengan berbagai macam guncangan bisnis di era sekarang ini, tentunya PT. Nestle Indonesia terus berinovasi memunculkan produk-produk baru diantaranya adalah krimer kental manis Carnation. Krimer kental manis Carnation ini merupakan salah satu produk krimer kental manis yang banyak digemari oleh para konsumen PT. Nestle Indonesia.

Melalui jangkauan distribusi yang dilakukan oleh para mitra distributor khususnya untuk wilayah kota Banjarmasin, PT. Nestle Indonesia telah menunjuk dan menjalin hubungan kerjasama dengan pihak distributor yang berada diwilayah kota Banjarmasin salah satunya adalah PT. Maju Anugerah Jaya Utama yang sudah bekerjasama kurang lebih 18 tahun dalam kontribusi pendistribusian produk-produk dari PT. Nestle Indonesia. PT. Maju Anugerah Jaya Utama memiliki jangkauan distribusi yang sangat luas diwilayah kota Banjarmasin dengan fokus channel atau pangsa pasar seperti outlet atau toko dengan jenis klasifikasi *General Trade* (toko kelontong, grosir dan pasar), *Modern Trade* (minimarket dan supermarket) dan *Institusi* (hotel, restoran dan cafe).

Pendistribusian produk Nestle oleh PT. Maju Anugerah Jaya Utama diwilayah Banjarmasin khususnya untuk produk krimer kental manis Carnation pada tahun 2024 mengalami penurunan penjualan dikarenakan produk ini memiliki harga yang cukup tinggi dengan kualitas yang cukup unggul dibandingkan dengan produk kompetitor serupa seperti produk Omela dari perusahaan Frisian Flag yang harganya jauh lebih murah dengan kualitas yang jauh dibawah Carnation. Meskipun produk Omela tersebut tergolong dengan

produk krim kental manis dengan harga lebih murah dibandingkan dengan produk krim kental manis Carnation, tetapi para konsumen khususnya pengguna akhir lebih cenderung memilih produk Omela tersebut dibandingkan dengan Carnation.

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan (Nurhayani & Sunaryo, 2019:68). Maka harga dapat menjadi penentu suatu produk apakah produk tersebut memiliki kualitas yang unggul atau sebaliknya. Jika harga yang ditawarkan untuk suatu produk tergolong mahal maka dapat dipastikan kualitasnya pasti unggul begitu pula sebaliknya.

Kualitas produk yang unggul menjadi prioritas para pengguna akhir suatu produk untuk dapat menghasilkan produk olahan yang berkualitas unggul pula. Menurut Prawirosentono (2002), kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang dikeluarkan.

Dengan harga produk yang tergolong mahal dan kualitas yang dimiliki suatu produk tersebut tergolong unggul, maka akan menjadi pertimbangan besar terhadap para pengguna akhir suatu produk tersebut. Khususnya para pengguna akhir dari kalangan menengah keatas akan lebih cenderung memilih produk unggulan pilihan mereka. Sebaliknya, para pengguna akhir dari kalangan menengah kebawah mereka cenderung memilih produk dengan harga yang murah dan tidak memperhatikan terhadap kualitas produk tersebut. Maka dari itu muncul-lah keputusan pembelian oleh konsumen terhadap suatu produk yang diminatinya berdasarkan dengan keinginan dan nilai ekonomis suatu produk tersebut.

Menurut Alma (2011), keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Berikut data penjualan produk krimer kental manis Carnation yang terjadi pada PT. Maju Anugerah Jaya Utama tahun 2024.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Krimer Kental Manis Carnation**  
**di PT. Maju Anugerah Jaya Utama**  
**Tahun 2024**

| <b>Bulan</b> | <b>Omset</b>   |
|--------------|----------------|
| Januari      | Rp.472.339.440 |
| Februari     | Rp.464.719.831 |
| Maret        | Rp.425.130.091 |
| April        | Rp.388.114.290 |
| Mei          | Rp.379.266.744 |
| Juni         | Rp.352.419.720 |
| Juli         | Rp.348.990.201 |
| Agustus      | Rp.313.728.949 |
| September    | Rp.309.617.200 |
| Oktober      | Rp.288.715.401 |
| November     | Rp.274.318.811 |
| Desember     | Rp.249.313.071 |

Sumber: PT. Maju Anugerah Jaya Utama, 2025.

Dari tabel data penjualan produk krimer kental manis Carnation tersebut, terlihat penjualan mengalami penurunan setiap bulannya dikarenakan perbedaan harga Carnation dengan produk kompetitor lainnya yang cukup jauh. Meskipun demikian, dengan perbandingan harga dan kualitas antara produk krimer kental manis Carnation dan Omela atau produk kompetitor lainnya, beberapa klasifikasi *customer* yang tergolong menengah keatas akan lebih cenderung memilih produk yang berkualitas unggul meskipun dengan harga yang cukup

mahal. Sebab, dengan kualitas yang unggul tentunya akan menghasilkan produk olahan yang jauh lebih baik dibandingkan dengan menggunakan produk yang kualitasnya rendah.

Para pengguna akhir yang tidak melihat produk dari sisi harga yang murah akan tetapi melihat dari kualitas produk yang unggul, tentunya mereka akan tetap setia dengan produk tersebut. Maka dari itu keputusan pembelian oleh konsumen akan berada pada produk yang memiliki harga cukup mahal dibandingkan dengan produk dengan harga yang murah. Untuk harga satuan krimer kental manis Carnation sebesar Rp.11.142 sedangkan produk kompetitor lain berkisar antara Rp.8.000-Rp.9.000.

Dengan demikian, meskipun harga krimer kental manis Carnation ini tergolong lebih mahal jika dibandingkan dengan produk kompetitor serupa yang harganya justru jauh lebih murah, tetapi krimer kental manis Carnation ini sudah sangat terkenal dengan keunggulan kualitasnya jika dibandingkan dengan produk kompetitor yang serupa. Keunggulan kualitas dari krimer kental manis Carnation ini juga menjadikan salah satu alasan mengapa konsumen dari kalangan menengah keatas lebih cenderung memilih produk ini dibandingkan dengan produk kompetitor lainnya.

Harga yang ditawarkan oleh PT. Maju Anugerah Jaya Utama untuk produk krimer kental manis Carnation tersebut, merupakan harga terbaik yang sudah diimbangi dengan diskon tentunya. Dengan demikian, meskipun harga tersebut sudah diimbangi dengan diskon tetapi perbedaan harga Carnation dengan produk kompetitor lainnya cenderung masih sangat tinggi.

Mahalnya harga krimer kental manis Carnation dan keunggulan kualitas yang dimiliki oleh produk ini jika dibandingkan dengan produk kompetitor menjadikan salah satu alasan bagi para pedagang dipasar tradisional khususnya diwilayah Banjarmasin untuk tetap bertahan menjual krimer kental manis Carnation ini. Sebab, beberapa pengusaha restoran dan pemilik cafe diwilayah Banjarmasin yang berasal dari kalangan menengah keatas masih memiliki minat beli terhadap produk krimer kental manis Carnation ini. Meskipun demikian, permintaan dari customer toko terus saja berkurang setiap harinya karena mereka sudah mulai beralih ke produk kompetitor yang harganya lebih murah dan dengan kualitas produk yang jauh dibawah krimer kental manis Carnation. Ini menjadikan bahwa keputusan pembelian customer lebih cenderung memilih produk dengan harga yang murah dan tidak memperdulikan terhadap kualitas produk tersebut.

Dalam hal keputusan pembelian, perusahaan tidak terlepas dari peran Salesman yang baik dan siap melayani kebutuhan para konsumen serta senantiasa untuk memberikan informasi terkait produk-produk yang ada diperusahaan PT. Maju Anugerah Jaya Utama agar konsumen merasa yakin dan memilih produk dengan harga dan kualitas yang terbaik. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian ini dengan judul: **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Krimer Kental Manis Carnation (Studi Pada Toko Pelanggan PT. Maju Anugerah Jaya Utama Dipasar Tradisional Dikota Banjarmasin)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka dalam hal ini penulis akan merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian krimer kental manis Carnation?
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian krimer kental manis Carnation?
- 3) Apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian krimer kental manis Carnation?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian krimer kental manis Carnation.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian krimer kental manis Carnation.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian krimer kental manis Carnation.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sarana yang tepat untuk mengetahui dan memahami pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian krimer kental manis Carnation (Studi pada Toko

Pelanggan PT. Maju Anugerah Jaya Utama Dipasar Tradisional Kota Banjarmasin). Serta dapat menambah referensi pengetahuan khususnya pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

##### 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, memperluas dan memperdalam ilmu pengetahuan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

##### 2) Bagi PT. Maju Anugerah Jaya Utama

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam strategi penetapan harga dan kualitas produk agar dapat mempengaruhi peningkatan benefit maksimal yang bisa diperoleh oleh perusahaan.

##### 3) Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah ini sehingga dapat melanjutkan penelitian ini agar dapat menjadi penelitian yang lebih baik lagi dan dapat menambah referensi perpustakaan.