

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi yang berkembang pesat ini, persaingan dalam memasarkan produk atau jasa tidak bisa dihindari. Kegiatan pemasaran jenis ini memegang peranan penting dalam dunia bisnis, mengingat fokusnya pada aspek sosial yaitu konsumen. Dalam dunia bisnis ini, keadaan berubah secara dinamis seiring dengan perubahan preferensi konsumen dan lingkungan sekitar. Ketika standar hidup meningkat, permintaan terhadap produk tertentu pun meningkat. Hal ini dapat berdampak pada proses pengambilan keputusan masyarakat dalam hal pembelian dan pemilihan produk yang mereka yakini paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Meskipun kebutuhan dasar manusia secara tradisional mencakup sandang, pangan, dan papan, zaman modern telah menyaksikan munculnya kebutuhan yang lebih beragam. Hal ini terlihat dari semakin beragam dan meluasnya kebutuhan masyarakat, sehingga sulit membedakan antara kebutuhan primer dan sekunder dalam hal permintaan.

Salah satu kebutuhan masyarakat adalah minyak goreng yang merupakan produk industri berbasis pertanian. Minyak goreng merupakan salah satu kebutuhan dapur yang sangat penting dan bisa digunakan dalam proses memasak di rumah tangga maupun industri makanan. Saat ini sudah banyak minyak goreng yang tersedia di pasaran, namun fokus penelitian ini adalah pada Minyakita. Minyakita merupakan minyak goreng curah milik Kementerian Perdagangan dan terdaftar di Kementerian Hukum dan Hak

Asasi Manusia. Minyakita juga telah disetujui oleh BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan memiliki sertifikat halal.

Dan dikutip dari *Kompas.com* (09/02/2023), bahwa Minyakita di Indonesia itu mengalami kelangkaan dan harga yang tidak stabil. Hal ini terjadi sejak awal tahun 2023 dan masih berlangsung hingga saat ini. Kelangkaan minyak goreng disebabkan oleh beberapa faktor yakni diantaranya adanya pergeseran konsumsi masyarakat dimana beralihnya dari minyak goreng premium ke Minyakita karena harganya lebih murah. Selain itu, disebabkan dengan adanya penimbunan minyak goreng di mana penimbunan minyak goreng ini disebabkan oleh kurangnya pengawasan terhadap distribusinya dan tidak adanya sanksi tegas bagi pelanggaran batas atas harga. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, penimbunan dianggap melanggar hukum berdasarkan Pasal 29 ayat 1. Orang yang melakukan penimbunan dapat dijerat dengan Pasal 107 undang-undang yang sama dengan ancaman hukuman penjara paling lama lima tahun dan/atau denda hingga Rp.50.000.000.000. Penimbunan terjadi ketika seseorang membeli suatu barang dalam jumlah besar, menyimpannya hingga menjadi langka di pasaran, kemudian menjualnya dengan harga tinggi dengan sengaja menciptakan kelangkaan. Selain itu, pihak yang melakukan penimbunan barang juga bisa melanggar Pasal 53 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Pasal ini melarang Pelaku Usaha Pangan untuk menimbun atau menyimpan Pangan Pokok dalam jumlah berlebihan. Tujuan penetapan batas maksimal adalah untuk mencegah terjadinya penimbunan barang-barang yang dapat menghambat akses masyarakat terhadap kebutuhan

pokok, seperti minyak goreng. Oleh karena itu, pasal ini perlu ditegaskan untuk mencegah terjadinya tindakan penimbunan minyak goreng. Upaya pemerintah untuk mengatasi masalah ini antara lain dengan memantau distribusi minyak goreng, mengambil tindakan tegas terhadap penimbun, memperbaiki sistem distribusi agar lebih adil dan terjangkau bagi seluruh masyarakat, dan memberikan insentif untuk peningkatan produksi minyak goreng.

Dalam perihal diatas, peneliti ingin meneliti pada toko retail yang menjual Minyakita di desa Tegal Ombo. Toko retail sendiri merupakan suatu usaha yang menjual barang atau jasa secara langsung kepada konsumen dalam jumlah kecil atau eceran. Pada gambar 1.1 dibawah ini terlihat produk Minyakita yang dijual di sebuah toko retail di desa Tegal Ombo. Terdapat dua ukuran minyak goreng yang tersedia di toko tersebut, yaitu 1 liter dan 2 liter.

Gambar 1. 1
Minyakita

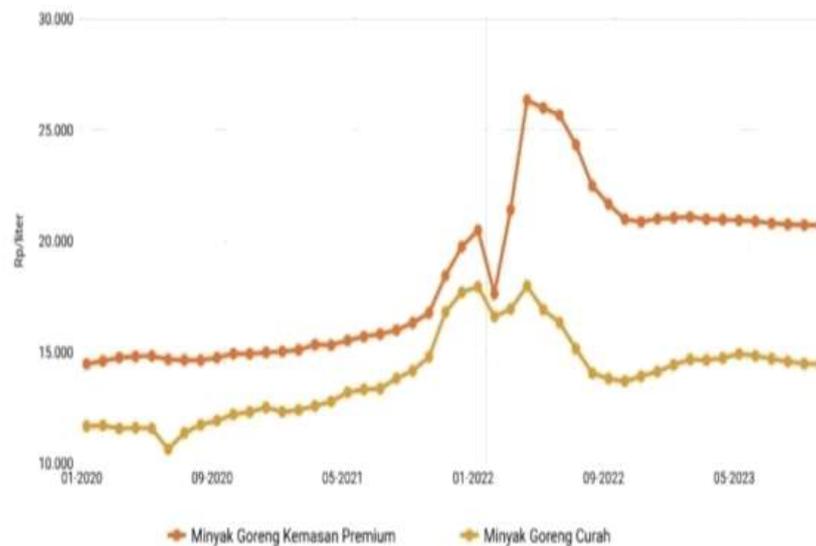


Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan wawancara dengan salah satu pengusaha di toko retail, terungkap bahwa Minyakita terjual sekitar 2 hingga 4 kardus setiap bulannya atau setara dengan 48 liter. Namun, Minyakita tidak selalu tersedia di toko retail setiap bulannya. Agar konsumen mempunyai pilihan dalam memilih produk yang mereka butuhkan, penting bagi pemilik usaha untuk memastikan bahwa produk mereka tersedia. (Jefkins dalam (Jandri et al. 2022)). Ketersediaan produk mengacu pada ketersediaan produk atau barang dalam jumlah yang cukup di suatu perusahaan atau toko untuk memenuhi permintaan konsumen (Handoko, 2014:34). Jika produk tidak tersedia, konsumen mungkin mengembangkan persepsi negatif terhadap produk dan memilih pilihan alternatif. (Steinhart & Mazursky, 2014).

Selain ketersediaan produk, harga produk juga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Harga suatu produk memerlukan penyediaan informasi tentang produk tersebut dan memungkinkan konsumen memahami nilainya. Konsumen rasional menilai manfaat yang akan mereka peroleh dari suatu produk dalam kaitannya dengan harga yang mereka bayar. Oleh karena itu, sebelum melakukan pembelian, konsumen mengevaluasi berbagai alternatif produk berdasarkan harga dan manfaat yang ditawarkan. Namun, persepsi individu terhadap harga mungkin berbeda di antara konsumen karena faktor pribadi seperti usia dan kemampuan finansial. (Salsabila Sauqina Lubis, 2023).

Gambar 1. 1
Kenaikan Harga Minyak Goreng Nasional (Januari 2020 - Oktober 2023)



Sumber: Kementerian Perdagangan dalam Databoks.

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, diketahui harga minyak goreng nasional mengalami kenaikan setiap per bulannya pada tahun 2020 sampai 2023. Dan bahwa pada data diatas rata-rata untuk harga minyak goreng kemasan premium berkisar Rp. 17.200 sampai Rp. 25. 700 per liternya. Sedangkan harga rata-rata minyak goreng curah berkisar Rp. 12.600 hingga Rp. 18.000 per liter. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan (22/04/2024), selama periode Januari hingga awal Maret 2024, harga minyak goreng kemasan premium masih di atas Rp. 20.000 per liter, sedangkan harga minyak goreng curah dan Minyakita masih di atas Rp. 15.000 per liter.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minyakita Pada Toko Retail Desa Tegal Ombo Dusun IV Lampung Timur”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Ketersediaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minyakita di toko retail Desa Tegal Ombo Dusun IV Lampung Timur?
2. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minyakita di toko retail Desa Tegal Ombo Dusun IV Lampung Timur?
3. Manakah variabel di antara Ketersediaan Produk dan Harga yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian Minyakita di toko retail Desa Tegal Ombo Dusun IV Lampung Timur?

C. Batasan Penelitian

Tujuan dari pembatasan penelitian adalah untuk tetap fokus pada topik penelitian yaitu pengaruh Ketersediaan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minyakita pada toko retail desa Tegal Ombo Lampung Timur. Faktor yang diteliti dalam penelitian ini adalah Ketersediaan Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Ketersediaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minyakita di toko retail Desa Tegal Ombo Dusun IV Lampung Timur.
2. Untuk mengetahui Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minyakita di toko retail Desa Tegal Ombo Dusun IV Lampung Timur.
3. Untuk mengetahui variabel antara Ketersediaan Produk dan Harga yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian Minyakita di toko retail Desa Tegal Ombo Dusun IV Lampung Timur.

E. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Toko Retail

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pemilik toko retail mengenai pentingnya ketersediaan produk dan penetapan harga yang kompetitif. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, pemilik toko dapat meningkatkan strategi pemasaran dan manajemen stok untuk menarik lebih banyak pelanggan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengeksplorasi topik yang sama atau terkait. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan temuan ini sebagai dasar untuk

penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel baru atau memperluas cakupan penelitian.

3. Bagi Civitas Akademika

Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan ajar atau referensi dalam perkuliahan yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan strategi pemasaran.