

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan industri pada era globalisasi saat ini tidak hanya terjadi pada satu jenis usaha saja melainkan pada setiap jenis usaha. Dampak yang terjadi dalam dunia persaingan diakibatkan oleh perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih dan tingkat kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Hal ini yang mengakibatkan industri baik yang berskala kecil maupun besar harus semakin pintar dan kreatif dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi dan permintaan konsumen yang berubah-ubah berkaitan dengan usaha yang dijalani sehingga tidak tertinggal oleh pesaingnya.

Sekarang ini banyak perusahaan yang baru berdiri sehingga timbul banyak persaingan yang ketat di antara perusahaan-perusahaan tersebut. Persaingan bisnis membuat perusahaan-perusahaan semakin lebih menonjolkan keunggulan dari produknya supaya mempunyai karakteristik yang unik yang berbeda dan lebih unggul dari produk perusahaan pesaing.

Hal penting yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam persaingan di dunia bisnis yaitu membuat strategi perusahaan agar mencapai tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen termasuk untuk perusahaan keripik pisang kepok. Tingkat persaingan yang terjadi saat ini antar perusahaan-perusahaan usaha keripik pisang kepok semakin kuat karena saat

ini banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam usaha penjualan keripik pisang kepok.

Lampung merupakan salah satu provinsi yang dikenal dengan provinsi penghasil pisang terbesar diantara 5 provinsi seperti, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatra Utara dan Sulawesi Utara. Dimana pisang menjadi suatu komoditi yang cukup luas dalam pengembangan industri seperti industri rumah tangga, bahkan perusahaan yang sudah memiliki *brand*.

Seperti halnya produksi dari industri rumah tangga keripik pisang kepok yang ada di wilayah Tulang Bawang Barat, keripik pisang kepok Dwi Putra menjadi salah satu industri keripik pisang kepok yang lebih dikenal oleh masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada perusahaan, strategi produk dari keripik pisang kepok Dwi Putra sendiri tidak sepenuhnya menggunakan sosial media. Namun menggunakan bauran promosi berupa *word of mouth* (dari mulut ke mulut) sehingga dapat mempengaruhi penjualan.

Di sini penulis menggunakan data tabel sebagai pelengkap. Sejauh mana perusahaan mengalami peningkatan ataupun penurunan dalam 5 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Data Penjualan Keripik Pisang Kepok Dwi Putra

No	Tahun	Data Penjualan
1	2017	7.000 kg
2	2018	7.300 kg
3	2019	7.500 kg
4	2020	3.500 kg
5	2021	3.700 kg

Sumber : Data Perusahaan

Dapat dilihat dari tabel 1.1 bahwa ditahun 2020-2021 mengalami penurunan sebesar 53% akibat dampak pandemi covid-19 yang berkepanjangan.

Persaingan industri keripik pisang kepok di wilayah Lampung sangatlah luas, seperti keripik pisang kepok Dwi Putra sudah sangat dikenal di wilayah Tulang Bawang Barat. Produk keripik pisang kepok Dwi Putra memiliki 2 macam bentuk kemasan, untuk kemasannya sendiri berbentuk *paper bag* dan kemasan *box*. Keripik pisang kepok Dwi Putra sudah memiliki label, logo halal serta tertera tanggal kadaluarsa. Keripik pisang kepok Dwi Putra memiliki 11 varian rasa yaitu manis, asin, coklat, keju, susu, strawberry, melon, mocca, coco cofe, balado dan durian.

Keripik pisang kepok Dwi Putra merupakan bisnis yang sudah lama hadir berdiri sejak tahun 1997 di wilayah Murni Jaya, Tulang Bawang Barat. Keripik pisang kepok Dwi Purta mampu bersaing dengan para pesaing usaha

baru yang sejenis, seperti keripik pisang Alami Sumber Rizki yang berada di Murni Jaya , lokasi tidak jauh dari keripik pisang kepok Dwi Putra itu sendiri. Keripik pisang Alami Sumber Rizki ini memproduksi keripik pisang yang berbahan baku pisang kepok. Untuk bentuk keripik pisang Alami Sumber Rizki sendiri, sama seperti keripik pisang pada umumnya bentuknya memanjang, dan untuk kemasan keripik pisang Alami Sumber Rizki menggunakan kemasan plastik, sudah memiliki label dan tertera logo halal serta tanggal kadaluarsa. Untuk variasi rasa keripik pisang Alami Sumber Rizki memiliki berbagai rasa yaitu manis, asin, keju, susu, kopi, mocca, coklat, durian, melon, green tea, strawberry, jagung bakar, sapi panggang, balado, ayam geprek, sambal matah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sudarsono dan Kurniawati (2013) ekuitas merek (*brand equity*) dapat memberikan dorongan bagi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian suatu barang tertentu. Maka *Brand equity* sangat penting bagi sebuah produk dalam suatu bisnis. *Brand equity* salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih dan membeli sebuah produk. Kualitas dari suatu produk juga mempengaruhi suatu *brand*. Mengacu pada nilai yang dihasilkan perusahaan dari suatu produk dengan nama yang lebih mudah dikenali bila dibandingkan dengan produk sejenis. Perusahaan dapat menciptakan *brand equity* pada produk dengan membuatnya mudah diingat, mudah dikenali, dan unggul dalam kualitas.

Dari latar belakang tersebut, perlu dilakukan penelitian tentang *brand equity* produk dapat berpengaruh pada minat keputusan pembelian konsumen.

Mengingat semakin banyak pelaku bisnis yang bergerak pada bidang dan produk yang sama sehingga memerlukan perhatian yang khusus agar bisnis tersebut tetap berkembang dan bertahan dalam persaingan yang ada. Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Pisang Kepok Dwi Putra Di Murni Jaya Tulang Bawang Barat”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penulisan ini adalah bagaimana pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian produk keripik pisang kepok Dwi Putra di Murni Jaya Tulang Bawang Barat?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, peneliti perlu untuk melakukan pembatasan masalah yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan agar penelitian lebih fokus pada pembahasan topik yang memang menjadi pokok permasalahan. Masalah yang akan diteliti adalah pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian produk keripik pisang kepok Dwi Putra di Murni Jaya Tulang Bawang Barat.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menghitung besar pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian produk keripik pisang kepok Dwi Putra di Murni Jaya Tulang Bawang Barat.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain yang akan mengangkat permasalahan yang serupa dengan penelitian ini.
2. Bagi perusahaan, diharapkan dapat bermanfaat dalam melakukan pengambilan keputusan dan untuk merencanakan strategi-strategi selanjutnya yang lebih efektif di dalam persaingan dunia bisnis.