BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Manajemen Pemasaran ataupun yang kerap diucap *marketing management* ialah satu tipe manajemen yang diperlukan bagi seluruh perusahaan ataupun bisnis. Manajemen pemasaran ini menyangkut penganalisaan, pelaksanaan, penerapan, serta pengawasan program-program yang bertujuan untuk mengadakan pasar yang dimana produk atau jasa dikenal konsumen guna menggapai tujuan perusahaan. Hal ini sangat penting bagi perusahaan sebab dengan terdapat *marketing management* pada perusahaan bisa mencapai target sasaran yang diinginkan serta menarik konsumen lebih banyak lagi.

Prinsipnya sebuah perusahaan dibangun untuk mendapatkan laba atau keuntungan guna menjalankan usaha tersebut, manajemen pemasaran terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengawasi, serta mengatur kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan supaya terciptanya efisiensi dan efektif. Jenis manajemen ini harus dicermati oleh sebuah perusahaan sebab kontribusi yang diberikan lebih banyak serta menyangkut banyak perihal guna kelancaran memasarkan produk tersebut.

Saat ini perkembangan teknologi sangatlah pesat khusus nya pada bidang pangan, kebutuhan makanan sangat meningkat bagi masyarakat. Perihal ini menjadi pengaruh persediaan bahan makanan yang semula bahan pangan segar bergeser pada bahan pangan beku (*frozen food). Frozen food* ialah olahan makanan instan beku yang praktis dan tahan lebih lama serta mudah dalam penyajian nya. Bagi sebagian konsumen khususnya yang tinggal di daerah perkotaan akan lebih sering suplai bahan makanan nya di supermarket, dengan alasan semua produk olahan makanan sudah ada ditempat ytang bersih dan higienis. *Frozen food* menjadi pilihan para konsumen untuk mengkonsumsi makanan sehari-hari nya karena sangatlah praktis, menghemat waktu, terjamin rasa enak nya maka tak heran *frozen food* menjadi pilihan makanan masyarakat di Indonesia khususnya di daerah perkotaan.

Prima Freshmart hadir untuk menyediakan produk daging ayam & bebek, telur omega dan makanan beku lainnya serta sembako dan bumbu dapur untuk melengkapi dapur anda. Prima Freshmart merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi serta retail produk makanan olahan beku berlabel Fiesta. Fiesta adalah salah satu merk produk olahan beku pertama di Indonesia. Fiesta memproduksi makanan olahan yang berbahan dasar daging ayam, ikan, ataupun daging sapi, diolah dan dibekukan untuk disajikan kembali dengan cara di rebus ataupun di goreng. Fiesta merupakan salah satu *brand* yang cukup di gemari di kalangan semua masyarakat. Fiesta termasuk produk yang tinggi peminat nya di Indonesia, bagi beberapa orang menganggap nutrisi nya lebih tinggi dan lebih baik dibading makanan beku lain nya.

Saat ini untuk menarik Minat Beli Ulang konsumen sangat dibutuhkan Brand Image yang baik, konsumen mempunyai alasan tertentu untuk menentukan minat beli mereka. Dalam membangun Brand Image harus di lihat dari segi kualitas produk, pemilihan harga, serta Marketing yang luas. Brand Image memberikan jaminan kualitas produk dan manfaat kepada konsumen, bila produk mempunyai Citra Merek yang baik akan menunjang Minat Beli konsumen terhadap produk tersebut, begitupun sebaliknya jika suatu produk mempunyai Brand Image yang buruk, tentunya akan membuat konsumen menyebarkan informasi yang buruk. Safitri (2020) membagikan uraian bahwasanya brand image menciptakan pengaruh yang positif serta nyata dengan minat pembelian kembali. Bila sesuatu produk telah mempunyai Brand Image konsumen sanggup mengidentifikasi produk, mengenali mutu produk, mengurangi resiko pembelian, serta mendapatkan kepuasan dari produk itu sendiri, serta mampu menarik minat beli kembali untuk konsumen.

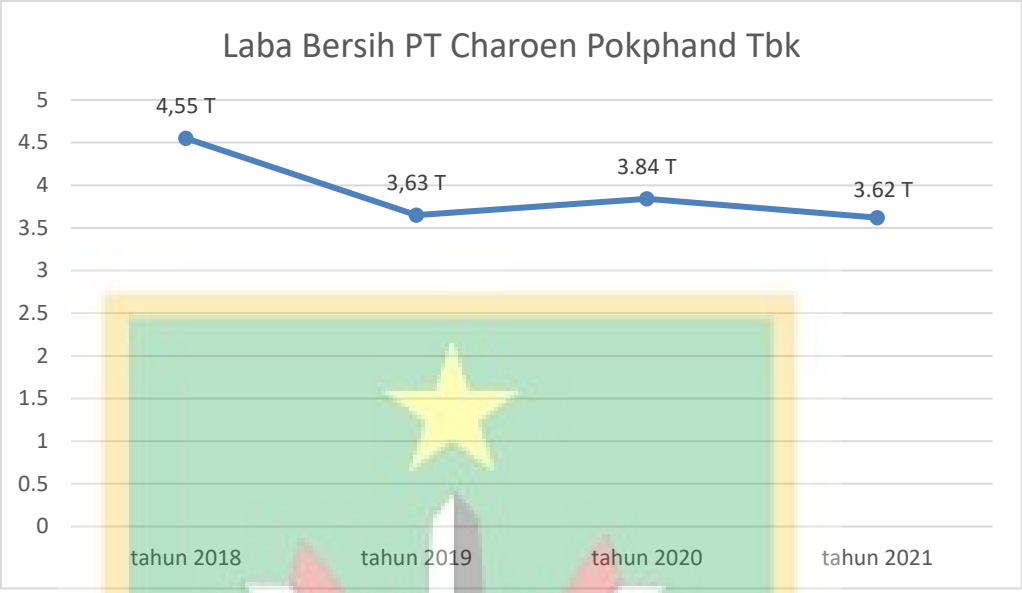
Minat Beli Ulang seorang konsumen akan muncul ketika mendapatkan keuntungan pada pembelian pertama dari produk tersebut. Konsumen merasa butuh dan suka dengan produk tersebut sehingga melakukan transaksi kembali. Nigam(2012), menyatakan dalam Sebopa (2016), *experiential marketing* dapat menjadi pemberi pengaruh utama untuk niat pembelian

kembali karena memungkinkan pelanggan untuk terikat dengan produk atau layanan yang kemudian dapat mengarah ke loyalitas pelanggan.

Untuk menghasilkan produk yang menarik Minat Beli Ulang konsumen harus menciptakan kualitas produk yang baik, persepsi harga yang sesuai agar dapat memenangkan persaingan pasar. Untuk memenangkan persaingan usaha di bidang makanan siap saji harus tanggap terhadap kualitas produk yang dijual. Salah satu faktor penentu keberhasilan pemasaran suatu produk yaitu promosi. Pada hakikat nya promosi merupakan bentuk aktivitas pemasaran yang menyebarkan informasi paling luas serta dapat mempengaruhi konsumen agar produk yang di tawarkan menunjang Minat Beli Ulang produk tersebut. Untuk menjalankan promosi dibutuhkan berbagai alat komunikasi untuk menyalurkan pesan yang akan disampaikan dari perusahaan terhadap konsumen. Sehingga Promosi dapat lebih mudah dimengerti serta diketahui oleh konsumen. Bisnis makanan cepat saji di Indonesia yang terus hadapi pertumbuhan seiring dengan terus jadi berkembangnya industri makanan olahan di Indonesia merupakan nugget. Nugget ialah makanan siap saji (ready to cook) yang terbuat dari daging olahan ialah ayam, pada saat ini perkembangan nugget sudah bervariasi, mulai dari nugget dengan isian topping hingga nugget berbentuk hewan, alfabet dan sebagainya.

Di Indonesia terdapat banyak produsen makanan cepat saji salah satunya adalah Fiesta. Fiesta menangkap kesempatan bahwa masyarakat indonesia telah menyadari akan pentingnya makanan siap saji tanpa bahan pengawet serta bergizi. Fiesta juga memiliki pesaing yang cukup banyak akan tetapi tetap lebih unggul dibanding kompetitornya. Dibawah ini perusahaan yang merupakan kompetitor dari fiesta PT. Primafood International selaku bagian dari PT. Charoen Pokphand Indonesia. Pada saat ini adalah salah satu perusahaan pakan ternak terbesar di Indonesia dan memiliki hamper 1.200 gerai di pulau Jawa, Bali dan Sumatera. PT. Primafood International memiliki standar pengolahan produk dengan standar Internasional. Terjadi penurunan laba bersih penjualan pada Perusahaan yang memproduksi produk Fiesta. Adapun sebab turunnya laba bersih perusahaan ialah beban pokok penjualan

yang naik, berikut tabel penurunan laba bersih PT. Charoen Pokphand Indonesia.



Gambar 1.1 Laba Bersih PT Charoen Pokphand Tbk

Sumber : www.economy.okezone.com

Bersumber pada laporan keuangan terdapat, PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk mencatatkan kinerja yang kurang memuaskan selama 2019. Perusahaan produsen produk daging olahan berlabel 'Fiesta' ini mencatatkan penyusutan laba bersih hingga 20,2% jadi Rp 3,63 triliun, dari Rp 4,55 triliun pada 2018. Meraup laba bersih Rp. 3,84 Triliun pada 2020 laba bersih ini meningkat dibandingkat tahung 2019 terjadi peningkatan 5,41%. Hadapi penyusustan kembali senilai 3,62 pada 2021 hadapi penyusutan 5,7% dibanding tahun 2020, Ihya Ulum Aldin(2020)

Pada umumnya konsumen membeli produk Fiesta karena sudah mengetahui produk tersebut dengan kualitas yang hampir sempurna sehingga dapat menunjang Minat Beli Ulang bagi konsumen. Fiesta juga dapat menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan makan sehari-hari dan juga dengan adanya Produk Fiesta di Prima Freshmart dapat memudahkan konsumen mencari dan menjangkau produk Fiesta. Sudah tersebar ratusan store dan bahkan berada di lingkungan sekitar kita.

Berdasarkan uraian diatas, maka penting guna mengetahui Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang. Peneliti tertarik melaksanakan riset yang berjudul PENGARUH *BRAND IMAGE* KUALITAS PRODUK PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK FIESTA PADA PRIMA FRESHMART.

B. Rumusan Masalah

Bersumber pada uraian latar belakang diatas, terdapat rumusan permasalahan pada penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang produk Fiesta pada Prima Freshmart di Jakarta Selatan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang produk Fiesta pada Prima Freshmart di Jakarta Selatan?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang produk Fiesta pada Prima Freshmart di Jakarta Selatan?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang produk Fiesta pada Prima Freshmart di Jakarta Selatan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh *Brand Image* terhadap Minat Beli Ulang konsumen pada Prima Freshmart di Jakarta Selatan.
2. Untuk menganalisis Kualitas Produk harga terhadap Minat Beli Ulang konsumen pada Prima Freshmart di Jakarta Selatan.
3. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang konsumen pada Prima Freshmart di Jakarta Selatan.
4. Untuk menganalisis pengaruh Promosi produk fiesta berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada prima freshmart di Jakarta Selatan.

D. Kegunaan Penelitian

- Aspek Teoritis

Secara akademis, kajian ini menjadi peluang bagi periset untuk mempergunakan ilmu pengetahuan yang diperoleh dari pembelajaran dan pendidikan dimasa kuliah, serta utuk memperluas wawasan di bidang pemasaran itu sendiri, serta pula memberi tambahan informasi yang bermanfaat terhadap dunia Pendidikan khususnya pengetahuan dibidang pemasaran serta dapat dimanfaatkan sebagai referensi atau rujukan untuk bahan riset selanjutnya.

- Aspek Praktis

Bagi peneliti : Dapat memperluas wawasan pengetahuan dan keahlian dalam bidang Pemasaran yang terkait dengan Minat Beli Ulang

Bagi pembaca : Membagikan pengetahuan tentang pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang serta sebagai acuan untuk riset berikutnya.

Bagi Badan usaha : Terdapat masukan informasi untuk perusahaan bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan serta dapat di peruntukkan sebagai pedoman untuk melaksanakan perbaikan yang lebih baik lagi dalam memberikan kualitas pelayanan guna menggapai tujuan perusahaan.