

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi yang tengah berlangsung saat ini, persaingan antara bisnis untuk menarik perhatian konsumen mereka menjadi semakin sengit. Oleh karena itu, banyak perusahaan kini semakin berfokus pada pengembangan strategi yang efektif guna menggaet konsumen agar memilih produk-produk mereka. Dalam upaya ini, perusahaan berusaha mencari cara-cara inovatif untuk memikat perhatian konsumen, sehingga mendorong mereka dalam pembelian suatu produk yang sedang ditawarkan.

Ketersediaan produk merujuk pada suatu ketersediaan produk yang ada di perusahaan dalam jumlah yang memadai untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan memiliki stok yang mencukupi, perusahaan dapat memastikan bahwa pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama atau bahkan kecewa karena produk diinginkan tidak tersedia. Ketersediaan produk juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola rantai pasokan (Aprian *et al.*, 2020:10).

Kemasan merupakan suatu bentuk seni yang melibatkan penggabungan elemen desain seperti bentuk, warna, citra dan informasi produk. Tujuan agar produk dapat dipasarkan dengan efektif. Kemasan yang menarik dan cocok dengan produk bisa memberikan nilai kecocokan yang positif bagi konsumen. Saat konsumen menemui kemasan yang menarik, kecenderungan mereka untuk tertarik untuk membeli produk itu akan meningkat. Pernyataan tersebut dikutip melalui jurnal terindeks Sinta 2 Wijaya & Annisa (2020:26) yang berjudul “*The*

Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions". Temuan dari studi tersebut menunjukkan bahwasanya kemasan produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Label sebagai bagian dari suatu item memiliki peran penting dalam memberikan informasi tentang produk tersebut dan juga mencerminkan identitas dari pihak yang menjualnya. Biasanya, label ini terdapat pada kemasan produk, tetapi juga dapat berupa tanda pengenal yang ditempelkan pada produk tersebut. Label ini dapat memiliki peran penting dalam memberikan informasi kepada konsumen dengan mengenai berbagai jenis karakteristik produk, merek, instruksi penggunaan, dan informasi lain yang relevan. Pernyataan tersebut dikutip melalui jurnal dengan terindeks Sinta 2 Mardhiyyah *et al.* (2023:623) yang berjudul "*The Influence Of Jenang Ayas Label And Packaging On Customer Purchase Decision*". Temuan dari studi tersebut menunjukkan bahwasanya label memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian memiliki peran yang sangat krusial dalam untuk menentukan masa depan sebuah perusahaan. Kualitas dari keputusan ini secara langsung memengaruhi kemajuan perusahaan pada waktu yang akan datang. Untuk mencapai kesuksesan, perusahaan perlu dapat memiliki kemampuan untuk memengaruhi keputusan pembelian. Dengan upaya melakukan upaya komunikasi yang efektif untuk berinteraksi dengan konsumen (Astuti & Hakim, 2021:2).

PT Aroma Nusajaya Karya adalah sebuah perusahaan distributor beras yang beroperasi di Kota Batam. Perusahaan ini menyediakan berbagai jenis beras

dan merek kepada pelanggannya. Sebagai distributor, PT Aroma Nusajaya Karya berperan penting dalam memastikan ketersediaan beras yang berkualitas bagi masyarakat Kota Batam. Dengan penawaran jenis dan merek beras yang beragam, pelanggan memiliki kebebasan untuk memilih beras yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. PT Aroma Nusajaya Karya juga dapat untuk memastikan bahwasanya beras yang mereka distribusikan adalah beras berkualitas tinggi, sehingga para pelanggan dapat mempercayai produk-produk yang mereka beli.

Permasalahan yang dihadapi oleh PT Aroma Nusajaya Karya saat ini terkait ketersediaan produk beras mereka masih belum memenuhi tingkat variasi yang diinginkan jika dibandingkan dengan para pesaing-pesaingnya. Meskipun perusahaan ini dapat menawarkan berbagai merek beras kepada pelanggan, namun data yang tersedia menunjukkan bahwa ketersediaan produk mereka masih kurang memadai. Hal ini berarti bahwa PT Aroma Nusajaya Karya belum mencapai tingkat variasi ketersediaan produk yang diinginkan, sehingga pelanggan mungkin merasa terbatas dalam pilihan beras yang mereka inginkan. Untuk data yang telah diperoleh mengenai variasi ketersediaan produk yang disediakan dapat disajikan dibawah ini:

Tabel 1.1 Jenis Produk Beras PT Aroma Nusajaya Karya dan Pesaingnya

No	Jenis Produk Beras PT Aroma Nusajaya Karya	Jenis Produk Beras PT Usaha Kiat Permata
1	Bareh Minang	Harumas
2	Kampung Jawa	Horas
3	Hong	Horas Super
4	Panda	Minang Raya
5	Jempol Ok	Minang Raya Super
6	Salam Sukses	Bukit Tinggi
7	Jeruk Madu	Cap Arwana

Tabel 1.1 Lanjutan

No	Jenis Produk Beras PT Aroma Nusajaya Karya	Jenis Produk Beras PT Usaha Kiat Permata
8	Pondok Minang	Nasi Padang
9	Kampoeng Himelaya	Berkah
10	Aroma Asli	Solok
11	-	Pulut Harumas
12	-	Beras Merah Cap Harumas

Sumber: PT Aroma Nusajaya Karya dan PT Usaha Kiat Permata (2023)

Merujuk data yang terdapat dalam tabel 1.1 di atas, bahwasanya PT Aroma Nusajaya Karya masih memiliki keterbatasan dalam ketersediaan variasi produk beras yang ditawarkan jika dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu, pelanggan yang ingin memesan beras dalam jumlah besar diharuskan melakukan pre order, hal ini dikarenakan stok produk beras PT Aroma Nusajaya Karya terbatas, yang dapat menjadi hambatan dalam memenuhi permintaan konsumen secara instan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keputusan pembelian dan memenangkan persaingan di pasar, PT Aroma Nusajaya Karya diharuskan untuk segera dapat mengatasi permasalahan ini. Dengan menyediakan berbagai ketersediaan jenis beras, mulai dari beras biasa hingga beras spesial, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan dengan preferensi yang berbeda-beda.

Permasalahan selanjutnya yang dihadapi oleh PT Aroma Nusajaya Karya terkait kemasan produk beras masih belum memenuhi standar kekuatan yang diinginkan. Masalah utamanya adalah adanya kerusakan pada produk beras saat diterima oleh pelanggan. Situasi ini menuntut perhatian serius dikarenakan dapat berdampak negatif pada suatu reputasi perusahaan dan pada keputusan pembelian pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dalam proses pengemasan beras guna menghindari kerusakan produk beras di masa yang akan datang. Bukti

yang mendukung permasalahan ini dapat dilihat dengan melalui data yang telah terkumpul seperti dibawah ini:

Tabel 1.2 Pengembalian Beras PT Aroma Nusajaya Karya Tahun 2022-2023

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pengembalian Produk
1	Agustus	2022	20
2	September	2022	34
3	Oktober	2022	31
4	November	2022	22
5	Desember	2022	23
6	Januari	2023	18
7	Februari	2023	13
8	Maret	2023	20
9	April	2023	8
10	Mei	2023	16
11	Juni	2023	12
12	Juli	2023	21

Sumber: PT Aroma Nusajaya Karya (2023)

Dalam tabel 1.2 yang tertera di atas, dapat dilihat bahwasanya masih ada pelanggan yang mengembalikan produk beras kepada PT Aroma Nusajaya Karya. Penyebab utamanya adalah kemasan produk tersebut mengalami kerusakan saat diterima oleh pelanggan, yang mengakibatkan kekecewaan mereka. Selain itu, kemasan produk beras yang digunakan oleh PT Aroma Nusajaya Karya tidak memiliki ketahanan terhadap air. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa beberapa produk beras yang mereka jual hanya dikemas dengan menggunakan plastik anyaman goni. Oleh karena itu, PT Aroma Nusajaya Karya perlu segera mengatasi masalah ini dengan cara memberikan kemasan yang lebih kuat dan tahan terhadap kerusakan. Tindakan ini sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan, menghindari pengembalian produk, dan mempertahankan reputasi perusahaan dalam industri ini.

Permasalahan label halal pada produk beras PT Aroma Nusajaya Karya masih merupakan perhatian utama dikarenakan beberapa kendala yang belum terselesaikan. Beberapa varian beras yang dijual oleh perusahaan tersebut belum memperoleh sertifikasi halal, hal ini menjadi isu serius terutama bagi konsumen yang sangat memperhatikan keberadaan label halal dalam proses pembelian mereka. Situasi ini memunculkan kekhawatiran dalam pikiran konsumen yang mengutamakan kehalalan produk dalam pola konsumsi sehari-hari. Kekhawatiran ini tentu saja berpotensi mengurangi keputusan pembelian terhadap produk beras PT Aroma Nusajaya Karya yang belum memiliki label halal. Data yang diperoleh mengenai jenis produk beras yang telah mendapatkan label halal dan yang belum dapat disajikan dibawah ini:

Tabel 1.3 Jenis Label Produk Beras PT Aroma Nusajaya

No	Jenis Produk	Keterangan Label
1	Bareh Minang	Tidak memiliki label halal
2	Kampung Jawa	Tidak memiliki label halal
3	Hong	Tidak memiliki label halal
4	Panda	Tidak memiliki label halal
5	Jempol Ok	Tidak memiliki label halal
6	Salam Sukses	Tidak memiliki label halal
7	Jeruk Madu	Memiliki label halal
8	Pondok Minang	Memiliki label halal
9	Kampoeng Himalaya	Memiliki label halal
10	Aroma Asli	Memiliki label halal

Sumber: PT Aroma Nusajaya Karya (2023)

Merujuk informasi yang tertera pada tabel 1.3 diatas, bahwasanya sebagian besar pada produk beras yang ditawarkan oleh PT Aroma Nusajaya Karya belum memiliki label sertifikasi halal. Kondisi ini dapat menjadi masalah serius, terutama bagi konsumen yang sangat memperhatikan kehalalan produk yang mereka konsumsi. Para konsumen yang memiliki keyakinan kuat terhadap produk

halal cenderung enggan membeli produk yang tidak memiliki label halal. Untuk mengatasi permasalahan ini, PT Aroma Nusajaya Karya harus segera mengambil langkah yang diperlukan. Salah satu solusi yang dapat diterapkan dengan memastikan bahwa semua produk beras yang dijual oleh perusahaan tersebut mendapatkan sertifikasi halal resmi. Dengan adanya label halal pada produk beras PT Aroma Nusajaya Karya, para konsumen yang memprioritaskan kehalalan produk akan merasa lebih keyakinan dalam melakukan pembelian.

Permasalahan yang dihadapi dalam keputusan pembelian produk beras di PT Aroma Nusajaya Karya belum mencapai potensi maksimalnya dikarenakan terdapat masalah utama yang dihadapi adalah terkait ketersediaan produk yang terjadi kesulitan dalam menjaga stok k beras yang memadai untuk memenuhi permintaan pelanggan. Selain itu, masalah kemasan produk beras tidak dikemas dengan baik atau kemasan yang digunakan tidak memenuhi standar kualitas. Terkait label yang tidak halal menjadi masalah serius pada pembelian terutama bagi konsumen yang megkonsumsi produk beras halal. Dalam permasalahan tersebut sangat berdampak negatif pada keputusan pembelian produk beras pada PT Aroma Nusajaya Karya yang tercermin dengan disajikan dibawah ini:

Tabel 1.4 Penjualan Produk Beras PT Aroma Nusajaya Karya Tahun 2022-2023

No	Bulan	Tahun	Jumlah Penjualan	Kenaikan / Penurunan	Persentase
1	Agustus	2022	351		
2	September	2022	344	-7	-1.99%
3	Oktober	2022	341	-3	-0.87%
4	November	2022	339	-2	-0.59%
5	Desember	2022	332	-7	-2.06%
6	Januari	2023	346	14	4.22%
7	Februari	2023	349	3	0.87%
8	Maret	2023	353	4	1.15%
9	April	2023	342	-11	-3.12%

Tabel 1.4 Lanjutan

No	Bulan	Tahun	Jumlah Penjualan	Kenaikan / Penurunan	Persentase
10	Mei	2023	333	-9	-2.63%
11	Juni	2023	321	-12	-3.60%
12	Juli	2023	319	-2	-0.62%

Sumber: PT Aroma Nusajaya Karya (2023)

Dalam merujuk kepada informasi yang terdapat pada tabel 1.4 diatas, terlihat bahwasanya penjualan produk beras pada PT Aroma Nusajaya Karya mengalami penurunan signifikan setiap bulan selama tahun 2022 hingga 2023. Namun, perlu dicatat bahwa terjadi kenaikan yang cukup mencolok dari Januari hingga Maret 2023. Penurunan dalam keputusan pembelian produk ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh perubahan dalam perilaku pembeli, yang pada gilirannya terkait dengan permasalahan yang masih terdapat di PT Aroma Nusajaya Karya dan belum terselesaikan dengan baik. Untuk mengatasi penurunan dalam keputusan pembelian produk beras, PT Aroma Nusajaya Karya harus mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang terkait dengan ketersediaan produk, kemasan, dan label. Upaya perbaikan ini diharapkan dapat memulihkan dan bahkan meningkatkan penjualan produk berasnya.

Dengan berdasarkan informasi yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti merasa tertarik untuk melakukan analisis lebih lanjut terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada topik tersebut dengan judul **“Pengaruh Ketersediaan Produk, Kemasan Dan Label Terhadap Keputusan Pembelian Beras Pada PT Aroma Nusajaya Karya Di Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan merujuk pada konteks yang telah dijelaskan dalam latar belakang sebelumnya, maka permasalahan yang timbul dirinci seperti dibawah ini:

1. PT Aroma Nusajaya Karya masih memiliki keterbatasan dalam ketersediaan variasi produk beras yang ditawarkan jika dibandingkan dengan pesaingnya.
2. Pelanggan yang ingin memesan beras dalam jumlah besar diharuskan melakukan pre order, dikarenakan stok produk yang terbatas.
3. Terdapat pelanggan yang mengembalikan produk beras ke PT Aroma Nusajaya Karya, dikarenakan menerima produk dengan kemasan yang rusak.
4. Kemasan produk beras yang digunakan oleh PT Aroma Nusajaya Karya tidak memiliki ketahanan terhadap air.
5. Sebagian besar pada produk beras yang ditawarkan oleh PT Aroma Nusajaya Karya belum memiliki label sertifikasi halal.
6. Konsumen yang memiliki keyakinan kuat terhadap produk halal cenderung enggan membeli produk yang tidak memiliki label halal.
7. Keputusan pembelian produk beras di PT Aroma Nusajaya Karya belum mencapai potensi maksimal.
8. Penjualan produk beras pada PT Aroma Nusajaya Karya banyak mengalami penurunan setiap bulan selama tahun 2022 hingga 2023.

1.3 Batasan Masalah

Ada beberapa pembatasan yang perlu diperhatikan dalam penelitian ini. Pembatasan tersebut melibatkan seperti dicantumkan berikut:

1. Penelitian ini mencakup penggunaan variabel ketersediaan produk, kemasan dan label sebagai faktor independen yang mungkin memengaruhi keputusan pembelian sebagai faktor dependen.
2. Penelitian ini mengfokuskan pada pengumpulan data dari konsumen PT Aroma Nusajaya Karya di Batam pada tahun 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan informasi yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat merinci rumusan permasalahan dengan rincian dibawah ini:

1. Apakah ketersediaan produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT Aroma Nusajaya Karya di Batam?
2. Apakah kemasan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian beras pada PT Aroma Nusajaya Karya di Batam?
3. Apakah label berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian beras pada PT Aroma Nusajaya Karya di Batam?
4. Apakah ketersediaan produk, kemasan dan label berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian beras pada PT Aroma Nusajaya Karya di Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan konteks yang telah diuraikan dan perumusan masalah yang telah diajukan, maka tujuan utama dari riset ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian beras pada PT Aroma Nusajaya Karya di Batam.

2. Untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian beras pada PT Aroma Nusajaya Karya di Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh label terhadap keputusan pembelian beras pada PT Aroma Nusajaya Karya di Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk, kemasan dan label terhadap keputusan pembelian beras pada PT Aroma Nusajaya Karya di Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Secara Teoritis

Temuan dari riset ini bisa memberikan sumbangan yang signifikan dalam memperluas pemahaman mengenai bagaimana faktor-faktor ini berperan bersama-sama dalam mempengaruhi keputusan untuk membeli suatu produk atau layanan. Dengan memahami hubungan antara ketersediaan produk, desain kemasan, dan informasi yang disampaikan melalui label, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Penelitian ini memberikan landasan teoritis yang kuat untuk memahami preferensi konsumen, sehingga PT Aroma Nusajaya Karya dapat mengoptimalkan dengan penawaran produknya yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan agar dapat menciptakan keputusan pembelian.

1.6.2 Secara Praktis

1. Bagi Peneliti

Studi ini memberikan kontribusi signifikan dalam memahami bagaimana ketersediaan produk, jenis kemasan, dan label mempengaruhi keputusan pembelian beras di PT Aroma Nusajaya Karya di Batam. Hal ini dapat membantu para peneliti dalam meluaskan pemahaman mereka mengenai

elemen-elemen yang memengaruhi tingkah laku konsumen. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi pijakan bagi para peneliti untuk mengembangkan konsep-konsep baru dalam ranah pemasaran serta perilaku konsumen.

2. Bagi Perusahaan

PT Aroma Nusajaya Karya di Batam dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk meningkatkan strategi pemasaran pada perusahaan tersebut. Dengan memahami bagaimana faktor pada ketersediaan produk, kemasan, dan label dalam mempengaruhi keputusan pada pembelian konsumen, perusahaan dapat mengoptimalkan penempatan produk, merancang kemasan yang menarik serta dapat dengan mengelola informasi yang disampaikan melalui label.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Universitas Putera Batam dapat membanggakan prestasi penelitiannya dalam mendukung pengembangan industri lokal. Penemuan penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi mahasiswa serta dosen dalam pengajaran dan penelitian di bidang pemasaran dan manajemen. Selain itu, kolaborasi lebih lanjut dengan perusahaan lokal seperti pada perusahaan PT Aroma Nusajaya Karya dapat dengan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara universitas dan industri.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Studi lanjutan dapat melibatkan variabel tambahan atau memperluas cakupan penelitian ke wilayah yang berbeda. Peneliti selanjutnya dapat menggali lebih dalam aspek lain dari keputusan pembelian. Dengan memperluas penelitian ini, pemahaman tentang perilaku konsumen dalam konteks industri lokal dapat

terus berkembang, memberikan manfaat jangka panjang bagi pengembangan ekonomi dan industri di Batam.