

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam sejarahnya, makanan beku sudah ada sekitar tahun 3000 an sebelum masehi. Makanan beku berasal dari makanan mentah yang diawetkan menggunakan cara pembekuan agar tidak cepat membusuk. Pada tahun 1930 di *Springfield, Massachusetts*, pertama kali nya seseorang dengan nama *Clarence Birdseye* menghadirkan makanan beku berupa sayur-mayur, buah-buahan, makanan laut, dan daging yang pasarkan kepada masyarakat. Beliau mendapatkan ide tersebut pada saat ia bekerja di sebuah Labrador di Kanada. Beliau sering membekukan ikan hasil memancing nya, cara pembekuan tersebut beliau mempelajarinya dari orang Eskimo. Orang Eskimo memancing dari lubang-lubang es dan membiarkan ikan-ikan hasil memancing nya membeku dan tetap segar saat dicairkan.

Pada tahun 1923, *Birdseye* membangun sebuah perusahaan makanan beku yang bernama *Birdseye Seafood*, namun di masa tersebut makanan beku kurang terkenal di kalangan masyarakat New York karena makanan beku tersebut mempunyai masalah saat dicairkan, yaitu perubahan rasa dan teksturnya. Kerusakan tersebut diakibatkan oleh terlalu lambatnya proses pembekuan, sehingga menyebabkan suhu yang lebih tinggi dan menyebabkan kristal es pada makanan lebih lama untuk timbul. Seiring berjalannya waktu, *Birdseye* pun menemukan pembeku makanan yang lebih canggih sehingga proses pendinginan

lebih cepat, kristal es terbentuk dengan cepat dan tekstur pada makanan tidak rusak.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perbedaan dalam gaya hidup, preferensi konsumen juga akan terus beralih dari konvensional ke modern. Pada era global zaman sekarang, masyarakat Indonesia sudah mulai beradaptasi dengan gaya hidup yang terdapat di luar negeri, contohnya mengkonsumsi produk *frozen food*. *Frozen food* yang juga disebut dengan makanan beku yang diolah menjadi salah satu keputusan pembelian masyarakat Indonesia yang tidak memiliki banyak waktu untuk mengolah makanan untuk dirinya sendiri. Kecenderungan konsumsi pangan masyarakat saat ini semakin mengarahkan pada makanan tersebut.

Dalam kutipan (Rahardjo, 2016) yang dikutip dari mengungkapkan bahwa dari tahun 2013 hingga 2017, pasar makanan dan minuman dalam kemasan mengalami peningkatan rata-rata lebih 10% sedangkan dalam penelitian (Nurhayati et al., 2015) menyatakan pasar daging mengalami peningkatan setiap tahunnya sebanyak 10.28%. Hasil survei lain juga menyatakan bahwa kenaikan pengonsumsi nugget dan sosis tumbuh sebesar 4,46% per tahun. Prioritas yang harus dilakukan para produsen industri makanan dan minuman konsumen adalah memahami kebutuhan yang konsumen harapkan (Rahardjo, 2016). Perilaku dan preferensi konsumen terhadap suatu produk terus berubah dari waktu ke waktu.

Setiap konsumen memiliki penilaian tersendiri dalam membandingkan produk sebelum melakukan keputusan. Terdapat dua jenis atribut dalam jenis makanan ini yaitu keunikan dan kelebihan. Atribut yang dimaksud berupa (1)

merek dan (2) kualitas produk, sedangkan atribut dari tipe kelebihan adalah gizi yang terdapat dalam produk tersebut. Merek sebagai tanda pengenal yang melambangkan sebuah produk. Setiap konsumen menjadikan merek sebagai acuan terhadap keputusan pembelian suatu produk, merek juga dijadikan sebagai dasar dan nilai plus bagi perusahaan akan daya tarik konsumen dalam penggunaan produk tersebut. (Kurnia, Djumali, & Istiqomah, 2016a)

Selain itu kualitas produk juga menjadi faktor penting yang dipertimbangkan konsumen sebelum membuat keputusan. Kualitas produk merupakan kinerja suatu produk dalam melakukan kelebihannya. Apabila sebuah produk telah menjalankan fungsi tersebut, maka dikatakan sudah termasuk dalam kategori kualitas produk yang baik (Kurnia, Djumali, & Istiqomah, 2016).

Seperti yang konsumen ungkapkan dalam hasil wawancara (Rahardjo, 2016) “Fiesta atau So Good sudah terkenal di kalangan masyarakat, jadi kualitasnya selama ini belum pernah mengecewakan, misalkan ada beberapa produk yang ketika dikeluarkan dari kemasan jadi hancur, tapi kalau fiesta belum pernah terjadi hal seperti ini”. Konsistensi kualitas dan jaminan mutu dari kedua merek tersebut sudah terbukti. Namun di Kota Batam, hanya terdapat beberapa jenis merek, seperti Fiesta, So Good, Fusipim, Doux, Everbest, Champ, dan sejenisnya. Namun di kota lain telah hadir merek lain nya dengan kualitas yang lebih bagus dan daya tahan lebih lama seperti Kanzler, Akumo.

Kini pemasaran makanan beku bisa dikatakan sangat maju karena adanya wabah pandemi Covid-19 ini, Pemerintah sarankan masyarakat untuk melakukan karantina diri di rumah masing-masing selama 14 hari. Selama masa karantina ini,

masyarakat tentu saja membutuhkan bahan pokok dan makanan untuk bertahan hidup, *frozen food* menjadi salah satu pilihan para konsumen karena awet untuk disimpan dan mudah untuk dimasak. Dengan adanya *frozen food* yang tersedia di rumah, masyarakat tidak perlu sering berpergian ke pasar atau supermarket membeli bahan baku untuk memasak makanan sehari-hari.

Pengenalan konsumen terhadap produk berasal dari informasi yang penjual berikan. Konsumen dengan kemahiran terbatas dalam menerima informasi produk yang dibeli akan membuat konsumen mengkonsumsi produk yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen tersebut. Maka dari itu, pihak penjual disarankan agar dapat memberikan informasi yang lebih rinci agar konsumen dapat secara kompleks mengenali produk yang akan dibelinya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, lengkap dengan permasalahan dan data-datanya, maka penelitian ini diangkat dalam judul "**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN FROZEN FOOD DI KOTA BATAM**".

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai latar belakang yang dijabarkan dapat dideskripsikan sebagai masalah:

1. Masih minimnya variasi merek *frozen food* yang terdapat di Kota Batam.
2. Konsumen cenderung memilih kualitas produk yang memiliki daya tahan yang lebih lama.
3. Meningkatnya preferensi konsumen terhadap *frozen food* di masa pandemi *Covid-19*.

1.3. Batasan Masalah

Penelitian yang dibuat oleh penulis bertujuan untuk mengkaji ulang ruang lingkup yang terbilang ekstensif serta penulis berfokus pada batasan masalah sebagai berikut:

1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah merek (X_1), kualitas produk (X_2) dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah preferensi konsumen (Y).
2. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk *frozen food*.

1.4. Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ialah sebagai berikut:

1. Apakah merek berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam pembelian *frozen food* di Kota Batam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam pembelian *frozen food* di Kota Batam?
3. Apakah merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap preferensi konsumen dalam pembelian *frozen food* di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan yang bisa disampaikan berdasarkan rumusan masalah di atas yakni:

1. Untuk menilai apakah merek berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam pembelian *frozen food* di Kota Batam.
2. Untuk menilai apakah kualitas produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam pembelian *frozen food* di Kota Batam.
3. Untuk menilai apakah merek, kualitas produk dan kemasan berpengaruh secara simultan terhadap preferensi konsumen dalam pembelian *frozen food* di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan dalam mengetahui preferensi konsumen dalam membeli *frozen food* dan diharapkan segala hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap dunia bisnis.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi masyarakat

Dalam hasil penelitian ini dapat digunakan oleh masyarakat sebagai bahan referensi agar dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi penjualan *frozen food*.

2. Bagi Institusi Universitas Putera Batam

Riset ini bermaksud agar bisa menyampaikan informasi yang berguna dan sebagai bahan referensi dan pustaka bagi yang berminat melakukan penelitian dengan variabel yang sama.