

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sejarah pertama ditemukannya *frozen food* (makanan beku) telah dikenal mulai 3000 tahun sebelum masehi, pada waktu itu penduduk Cina kuno sudah mulai memakai es guna mengawetkan makanannya selama musim dingin. Masyarakat Romawi juga sama memakai salju guna mengawetkan makanan mereka. Pada tahun 1930 di Springfield, Massachusetts, seorang yang bernama Clarence Birdseye menunjukkan *frozen food* antara lain: daging, sayuran, *seafoods*, dan beragam buah yang dijual kepada masyarakat. Di Indonesia *frozen food* awalnya ditunjukkan oleh orang-orang Jepang dan Cina. Makanan beku merupakan makanan yang diproduksi melalui proses tertentu kemudian diberikan wadah pada kondisi setengah matang dan jika di makan hendaknya dengan tahapan kecil sebelum siap untuk dimakan, yaitu tinggal direbus, digoreng maupun dibakar. *Frozen food* juga diartikan sebagai makanan yang di bekukan dengan maksud guna mengawetkan makanan agar tahan lama. Makanan beku dapat menjadi penyelesaian untuk konsumen yang tidak suka repot ketika memasak, dan memilah makanan beku sebab praktis dan siap dimakan. Disamping itu *frozen food* juga memiliki pengaruh tidak baik untuk Kesehatan, antara lain: dapat mengakibatkan diabetes, kanker, jantung, dan tekanan darah jika terlalu sering dikonsumsi dalam waktu yang lama. *frozen food* meskipun tahan lama, tetapi juga memiliki batas kadarnya. Makanan beku dilapisi dengan bahan kimia yang dipakai guna mengawetkan makanan dan sangat berbahaya apabila dimakan terus menerus.<sup>1</sup>

Preferensi merupakan kegemaran, pilihan atau hal yang digemari oleh pembeli. Riset terkait preferensi pelanggan terhadap sebuah produk sudah dijalankan, dalam sejumlah studi dan publikasi terdahulu. Hal tersebut menentukan jika preferensi ialah faktor hirarki pada pemasaran sebab terkait terhadap kesuksesan industri dalam mewujudkan tujuannya yakni keputusan pembelian berdasarkan preferensi konsumen.

Penduduk Indonesia telah memulai untuk menyesuaikan pada *life style* yang lebih praktis, misalnya memakan produk makanan beku. *Frozen food* atau istilahnya makanan beku yang diproduksi

---

<sup>1</sup> Lupi Ayu Lestari, dkk, *Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Frozen Food (Studi Kasus di Kota Bengkulu)*, J. Alif Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial Budaya Islam, 6 No. 1, (2021): 19-20.

menjadi salah satu ketetapan pembelian penduduk Indonesia yang tidak mempunyai masa banyak guna mengolah makanan bagi dirinya maupun keluarganya. Penduduk Indonesia condong mempunyai *frozen food* yang siap dimasak misalnya bakso, nugget, sosis, dan sebagainya. Setiap konsumen mempunyai penilaian masing-masing untuk membandingkan produk sebelum menjalankan keputusan pembelian.

*Frozen food* adalah produk yang diproduksi setengah jadi dan sudah meluas serta menjadi favorit masyarakat banyak, baik anak-anak sampai lansia. Lestari food berdiri pada tahun 2020 dan sampai sekarang masih produksi aktif. Lestari food sudah memiliki karyawan 10 dari kalangan ibu-ibu maupun remaja yang setiap harinya bekerja memproduksi aneka makanan beku. Terdapat beberapa makanan beku yang diproduksi antara lain yaitu: sosis, nugget, sempolan, tahu bakso, kaki naga, bakso dan lain sebagainya. Untuk masyarakat desa Tawangrejo kecamatan Winong kabupaten Pati bisa dengan mudah menemukan produk olahan *frozen food* di toko-toko agen sosis, toko agen *frozen food* maupun bisa datang langsung ke tempat produksinya dan bisa pesan antar sampai rumah. Keunggulan yang dirasakan oleh masyarakat sekitar yakni dapat mengonsumsi produk olahan *frozen food* yang beraneka ragam produknya, mudah disiapkan, memiliki rasa sesuai keinginan, dan harganya murah. Setiap konsumen mempunyai pertimbangan yang beragam untuk menilai produk sebelum menentukan keputusan pembelian. Yang menjadi pertimbangan keputusan pembelian dari frozen food ialah preferensi konsumen dan persepsi konsumen. Yang mana preferensi konsumen dipengaruhi oleh: Islamic branding produk, harga dan tempat sedangkan untuk persepsi konsumen dipengaruhi dua faktor, yaitu internal dan eksternal. Untuk faktor internal antara lain yaitu: Jam terbang, kepentingan, nilai yang dianut dan harapan. Di sisi lain faktor eksternalnya adalah: 1.) Produk dilihat secara visual, 2.) Rangsangan pemasaran, 3.) lingkungan.

Nilai manfaat menyajikan preferensi pembeli terhadap tingkat suatu atribut dimana faedah yang paling tinggi dari sebuah tingkat itu lebih digemari pembeli (misalnya atribut rasa, di sisi lain tingkat contohnya gurih, tawar, dan manis). Nilai relative sangat hirarki untuk menyajikan indikasi atribut yang bisa memengaruhi pembeli ketika menggunakan dan memakan produk. Alhasil bisa mengetahui atribut mana yang vital dalam mempengaruhi pilihan pelanggan.

Persepsi ialah hal vital yang berkaitan dengan konsumen individual dengan regu, keadaan dan pengaruh pemasar. Persepsi ialah tahapan dimana seseorang memilah, mengorganisasi dan menguraikan

stimuli pada ilustrasi dan masuk logika alhasil bisa dipahami. Ada banyak pengaruh yang menyebabkan seorang konsumen ketika menentukan kebijakan pembelian sebuah produk atau *brand* tertentu. Umumnya perilaku pelanggan membeli suatu produk seringkali terpengaruh pada stimulus dari eksternal, baik berwujud stimulus pemasaran ataupun stimulus dari sekitarnya. Persepsi terdiri dari seluruh tahapan yang dijalankan seseorang untuk memahami keterangan terkait gambaran *frozen food* dan pengaruh-pengaruh atribut didalamnya, sehingga proses pemahaman ini akan mempengaruhi cara seorang konsumen dalam menginterpretasikan persepsinya. Beberapa kajian sudah menetapkan keterkaitan antara harga dan persepsi konsumen terhadap mutu produk. Di sisi lain, mutu yang dipersepsikan diartikan sebagai kebijakan konsumen mengenai keutamaan dari sebuah produk. Pada pemilihan makanan beku (*frozen Food*), bahwa segala sesuatu yang dipersepsikan konsumen tentang kemudahan mendapatkan produk, dan pelayanan pembelian yang menjadi pengaruh keputusan pembelian konsumen. Persepsi konsumen terhadap produk merupakan hal terpenting bagi konsumen dalam keputusan pembelian. Dampak dari persepsi positif konsumen akan produk dapat memotivasi hadirnya perilaku guna menggemari produk dan selanjutnya memotivasi untuk membeli secara berulang.<sup>2</sup>

Akibat perkembangan konsumsi masyarakat terhadap makanan di luar rumah (makanan setengah matang/makanan yang siap saji) sebagai sebuah tren baru yang menjadi pengganti hobi memasak di rumah. Karena dirasa lebih efisien dan praktis. Keadaan ini disokong dengan semakin berkurangnya jumlah perempuan tidak bekerja daripada total yang bekerja. Pelanggan ketika menggunakan dan memakan sebuah produk tidak mengharapkan produk itu secara langsung, namun mengharapkan sifat yang dipunyai produk tersebut. Begitu pula ketika mengkonsumsi *frozen food*, konsumen mengharapkan sifat yang dipunyai. Setiap konsumen pada dasarnya mempunyai beragam faktor tersendiri pada menetapkan produk *frozen Food* yang hendak dibeli.<sup>3</sup>

Keputusan pembelian merupakan bentuk pikir seorang konsumen untuk memilih-milih suatu pilihan tertentu sehingga mendapatkan suatu keputusan pembelian sebuah produk. Kebijakan

---

<sup>2</sup> Widya Wardhani, *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product*, Jurnal Manajemen dan Organisasi, VI, No 1, (2015): 47.

<sup>3</sup> Andi Rizkiyah Hasbi, *Preferensi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Nugget Ayam di Kota Palopo*, Jurnal Ilmu Pertanian, 4 No. 1, 5-6.

membeli ialah tahap konsumen dalam mengambil suatu keputusan pembelian. Keputusan membeli ialah tahap dimana pembeli yang telah menjalankan lima proses yakni: identifikasi, penemuan keterangan, penilaian alternatif, kebijakan pembelian dan sikap setelah membeli. Keputusan membeli konsumen merupakan sikap seorang pembeli secara spontan maupun tidak spontan dalam keterlibatannya menggunakan atau membutuhkan suatu produk yang ditawarkan.

Guna mengetahui sikap konsumen, ada banyak pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk *frozen food* yang menyebabkan seorang konsumen dalam menentukan keputusan pembelian sebuah produk atau *brand* tertentu. umumnya sikap konsumen membeli suatu produk seringkali dipengaruhi pada stimulus dari eksternal, baik berwujud stimulus pemasaran atau stimulus dari lingkungan. Kemudian stimulus itu menyelaraskan antara rangsangan dan karakteristik pribadinya, pada akhirnya mengambil suatu keputusan pembelian. Dan selanjutnya terdapat pengaruh preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian produk *frozen food*. Pengaruh persepsi dan preferensi tersebut sangat penting dinilai bagi konsumen sebelum dan sesudah melakukan keputusan pembelian. Dan dampak positif yaitu jika dirasa memang sesuai yang diharapkan maka akan terjadi pembelian ulang, karna dirasa kesukaan terhadap produk tersebut sesuai dengan keinginan atau kesukaan konsumen.<sup>4</sup>

## B. Rumusan Masalah

1. Apakah preferensi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Lestari Food desa Tawangrejo, kecamatan Winong, kabupaten Pati?
2. Apakah persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Lestari Food desa Tawangrejo, kecamatan Winong, kabupaten Pati?
3. Apakah preferensi dan persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Lestari Food desa Tawangrejo, kecamatan Winong, kabupaten Pati?

## C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian produk Lestari Food.

---

<sup>4</sup> Lupi Ayu Lestari, dkk, *Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Frozen Food (Studi Kasus di Kota Bengkulu)*, J. Alif Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial Budaya Islam, 6 No. 1, (2021), 21.

2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk Lestari Food.
3. Untuk mengetahui pengaruh preferensi dan persepsi terhadap keputusan pembelian produk Lestari Food.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Pasca riset ini dijalankan, diinginkan mendapatkan kegunaan antara lain:

1. Manfaat akademis Teoritis
  - a. Bagi mahasiswa penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai sarana pembelajaran, menambah wawasan baru mengenai preferensi dan persepsi produk Lestari Food
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi riset selanjutnya mengenai permasalahan yang sama.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan tempat untuk peneliti guna menerapkan pengetahuan yang sudah didapat dari masa perkuliahan dan menjadi bekal untuk pribadi diri sendiri bila ingin memasuki dunia bisnis. Di sisi lain peneliti juga memperoleh beragam pengalaman baru antara materi didapat dan fakta yang ada di lapangan. Yang mana UMKM menjadi objek riset.

##### b. Bagi Pembaca

Kajian ini diinginkan dapat memberikan kemanfaatan untuk pembaca sebagai penambah ilmu utamanya untuk pengusaha lainnya. Yang baru merintis usaha maupun yang ingin mengembangkan bisnisnya.

##### c. Bagi Pengusaha

Kajian ini diinginkan dapat menambah ilmu untuk industry atau pengusaha dalam pentingnya mempelajari preferensi dan persepsi konsumen dalam keputusan pembelian Frozen Food, sehingga bisa dianalisis apa yang lebih disukai konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

##### d. Bagi Perguruan Tinggi

Kajian ini diinginkan dapat menambah khazanah wawasan dan menjadi sumber referensi untuk riset kedepannya. Untuk memudahkan bagi yang membutuhkan sehingga dapat memberi kemanfaatan bagi yang lain dengan cara berbagi pengetahuan keilmuan yang dimiliki.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bermaksud guna memperoleh ilustrasi dari bagian yang saling berkaitan antara bagian satu sama lain alhasil memperoleh riset yang terstruktur dan ilmiah. Di bawah ini ialah struktur yang kana penulis susun pada riset ini:

### 1. Bagian Awal

Bagian awal ini berisi: halaman cover, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan munaqosah, halaman pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi Arab-Latin, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar.

### 2. Bagian Utama

Bagian Utama ini memuat mengenai lima bab, yakni:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bagian ini mencakup mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Pada bagian ini terdiri dari deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

#### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini mencakup mengenai jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrument, Teknik pengumpulan data dan Teknik analisis data.

#### **BAB IV: PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bagian ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang meliputi gambaran obyek penelitian, analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji statistik kemudian diteruskan pembahasannya.

#### **BAB V: PENUTUP**

Hasil dalam bab ini memuat kesimpulan serta saran.

### 3. Bagian Akhir

Dalam bab ini memuat daftar Pustaka, lampiran serta daftar Riwayat hidup peneliti.