

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manajemen pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang memiliki arti penting dalam dunia usaha, karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan pengeluaran yang seminimal mungkin. Banyaknya sarana dan prasarana penunjang usaha yang ada mengakibatkan fokus utama perusahaan lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk menarik minat konsumen dalam membeli sebuah produk dibidang kuliner.

Kuliner adalah salah satu komponen identitas suatu daerah. Di Indonesia, industri kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat. Provinsi Jambi adalah salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki berbagai makanan khas daerah, yang dalam perkembangannya industri kuliner di Kota Jambi mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Pertumbuhan UMKM di Kota Jambi hingga Desember 2022 cukup pesat. Kini, UMKM di Kota Jambi sudah melebihi 60 ribu unit. Berdasarkan catatan Dinas Tenaga Kerja Kota Jambi, dari jumlah UMKM tersebut, yang sudah terverifikasi sebanyak 57.470 UMKM. Dari Jumlah tersebut didominasi oleh bidang kuliner dengan total 21.186 UMKM. Selain itu juga ada UMKM yang bergerak dibidang *fashion*, kerajinan, jasa dan lain sebagainya.

Usaha kuliner yang bergerak dibidang makanan terutama kue merupakan salah satu usaha yang cukup banyak digemari karena masyarakat suka mengkonsumsi kue biasanya untuk menu sarapan pagi, untuk cemilan siang, untuk cemilan disaat pertemuan rapat bisnis, sidang, bahkan disaat waktu berkumpul bersama. Dengan jumlah dan rasa yang bervariasi, harganya yg tergolong terjangkau membuat kue menjadi salah satu pilihan yang patut dipertimbangkan untuk jajanan sehari-hari. Dengan kebiasaan masyarakat mengkonsumsi kue-kue tersebut maka berkembanglah usaha-usaha kue *bakery* di pasaran. Salah satunya di Kota Jambi. Persaingan perusahaan *bakery* di Kota Jambi cukuplah banyak mulai dari *Saimen Bakery*, *Christine Bakery*, *Linda Bakery*, *Boule Bakery* dan beberapa usaha *Bakery* rumahan yang ada di Kota Jambi.

Adapun berdasarkan data *top brand bakery* di Kota Jambi periode 2019-2023 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Top Brand Bakery di Kota Jambi
Tahun 2019-2023

No	Top Brand Bakery di Kota Jambi				
	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
1.	Saimen	Saimen	Saimen	Saimen	Saimen
2.	Christine	Christine	Linda	Linda	Christine
3.	Linda	Linda	Christine	Christine	Linda
4.	Boule	Boule	Boule	Boule	Boule

Sumber : Disperindag Provinsi Jambi (2024)

Berdasarkan data *top brand bakery* di Kota Jambi di kuasai oleh merek Saimen di urutan pertama dan merek Christine diurutan kedua dalam lima tahun terakhir dan mengungguli dari merek *bakery* lain yaitu, Linda, dan Boule.

Maka dari itu disini peneliti memilih Saimen *Bakery* sebagai objek penelitian, dikarenakan berdasarkan data *top brand bakery* di Kota Jambi dimana Saimen *Bakery* menduduki peringkat pertama sebagai *top brand bakery* di Kota Jambi.

Saimen *Bakery* di Kota Jambi memiliki tiga gerai saat ini yaitu, Saimen *Bakery* Gerai Pasar yang beralamat di Jl. Raden Mattaher No.51-54, Sungai Asam, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi, Jambi 36134. Dimana Saimen *Bakery* Gerai Pasar ini merupakan pusat pertama Saimen *Bakery* yang ada di Kota Jambi. Kemudian Saimen *Bakery* Gerai Sipin yang beralamat di Jl. Kolonel Abunjani No.43, Selamat, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124 dan Saimen *Bakery* Gerai Talang Banjar yang beralamat di Jl. Orang Kayo Hitam, Sulanjana, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi, Jambi 36123.

Situasi pasar saat ini juga semakin *kompetitif* dengan persaingan yang semakin meningkat pula diantara para produsen. Dimana merek bukan hanya sebuah nama, simbol, gambar atau tanda yang tidak berarti. Merek merupakan identitas sebuah produk yang dapat dijadikan sebagai alat ukur apakah produk itu baik dan berkualitas. Merek adalah nama, istilah, simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing (Kotler dan Keller, 2019:259). Masyarakat melihat sebuah merek sebagai bagian yang paling penting dalam sebuah produk, dan merek dapat menjadi sebuah nilai tambah dalam produk tersebut.

Berbagai upaya yang dilakukan oleh Saimen *Bakery* dalam rangka mempertahankan *Brand Image* yang mereka miliki di antaranya inovasi teknologi

pelembut roti tawar yang menjadi keunggulan produk tersebut, penetapan harga yang bersaing dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik *Brand Image* produk yang dijual maka akan berdampak pada keputusan pembelian oleh konsumen. Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan pembelian yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai dan harga. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas tetapi juga sebagai indikator biaya yang dikorbankan untuk ditukar dengan produk atau manfaat produk. Disinilah kita melihat sejauh mana merek dapat mempengaruhi penilaian konsumen dengan *Brand Image* (Citra Merek) dari produk tersebut.

Konsumen sudah mengenal *brand* Saimen sejak lama. Dalam menentukan suatu produk, *brand* merupakan hal yang penting bagi konsumen karena dengan adanya suatu *brand* dapat menandakan satu tingkat mutu tertentu, sehingga pembeli dapat lebih mudah dalam memilih produk. Dalam pembelian produk Saimen Bakery, konsumen perlu didasari dengan identitas merek. Identitas merek (*brand identity*) nantinya akan menjadi dasar dari opini masyarakat. Identitas merek (*brand identity*) membedakan merek dari kompetitor dan mewakili sesuatu yang dilakukan perusahaan dari waktu ke waktu.

Konsumen mengetahui identitas merek Saimen melalui *tagline* “SAH (Sehat, Alami dan Halal)” yang memiliki arti yaitu mampu memberikan produk yang lezat, sehat dan higienis, terbuat dari bahan baku alami, serta terjamin akan kehalalan produknya. Slogan Saimen yang telah dikenal konsumen ada sejak tahun terbentuknya Saimen hingga sekarang.

Brand identity Saimen tidak hanya dilihat dari *tagline* saja, namun dapat dilihat dari logo produk Saimen yaitu angsa yang mengidentitaskan Kota Jambi. Keunggulan produk *bakery* pada gerai Saimen Kota Jambi yaitu, tepung pada produk *cake* menggunakan tepung merek *Sunshine Self Raising Flour* sedangkan tepung untuk produk roti dan *pastry* menggunakan tepung merek *King Arthur Whole Wheat Flour* dan *Bob's Red Mill Whole Wheat Pastry Organic Flour*. Mentega yang digunakan yaitu *Lurpak Butter* untuk produk roti dan *Butter Wjisman* untuk produk *pastry*.

Perilaku konsumen juga merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Pada umumnya keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling di sukai tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Keputusan untuk membeli suatu produk sangat di pengaruhi oleh penilaian akan bentuk kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang-bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan *Brand Image* (citra merek) produk yang mereka miliki. Merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya, walaupun sejenis.

Adapun data *volume* penjualan produk pada Gerai Saimen *bakery* di Kota Jambi dalam lima tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Volume Penjualan Produk pada Gerai Saimen Bakery Kota Jambi
Tahun 2019-2023

Tahun	Produk Roti (Pcs)	Kue Tradisional (Pcs)	Cake (Pcs)	Produk Donat (Pcs)	Produk Pastry (Pcs)	Snack (Pcs)	Makanan (Fast Food) (Pcs)	Minuman (Pcs)	Total Bakery	Perkembangan (%)
2019	18.910	29.657	9.859	10.259	8.582	11.258	12.369	13.752	114.646	-
2020	17.484	23.289	8.105	9.562	7.321	9.739	11.256	11.329	98.085	(14,44)
2021	14.457	20.451	7.847	8.368	6.983	7.982	10.431	10.364	86.883	(11,42)
2022	17.188	25.749	9.592	11.387	9.457	10.839	12.579	14.590	111.381	28,19
2023	18.098	25.891	9.874	11.675	9.870	10.673	12.715	14.768	113.564	1,95

Sumber : Olah Data Saimen Bakery Gerai Pasar di Kota Jambi (2024)

Berdasarkan tabel diatas dimana data *volume* penjualan produk pada gerai Saimen Bakery Kota Jambi dari tahun 2019 sampai tahun 2023 mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Dimana pada tahun 2020 penjualan produk Saimen Bakery mengalami penurunan sebesar -14,44%, pada tahun 2021 penjualan produk Saimen Bakery mengalami penurunan kembali sebesar -11,42%, pada tahun 2022 penjualan produk Saimen Bakery mengalami peningkatan sebesar 28,19% dan pada tahun 2023 penjualan produk Saimen Bakery mengalami peningkatan sebesar 1,95%.

Adapun jumlah konsumen pada gerai Saimen Bakery Kota Jambi selama lima tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Data Jumlah Konsumen pada Gerai Saimen Bakery Kota Jambi
Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Konsumen (Orang)	Perkembangan (%)
2019	55.425	-
2020	44.741	(4,43)
2021	38.894	(39,66)
2022	51.729	31,88
2023	59.192	14,43
Rata-rata	48.996	0,4

Sumber : Olah Data Saimen Bakery Gerai Pasar di Kota Jambi (2024)

Berdasarkan tabel diatas dimana jumlah konsumen pada gerai Saimen Bakery Kota Jambi dari tahun 2019 sampai tahun 2023 mengalami fluktuasi. Dimana

pada tahun 2019 jumlah konsumen yaitu 55.425 orang, pada tahun 2020 dan tahun 2021 jumlah konsumen mengalami penurunan kembali di karenakan wabah virus covid-19 yang menyebar di Kota Jambi sehingga adanya keterbatasan konsumen di karenakan PPKM yang di anjurkan pemerintah membuat gerai Saimen di Kota Jambi mengalami penurunan konsumen, kemudian pada tahun 2022 jumlah konsumen mengalami peningkatan kembali yaitu 51.729 orang atau sebesar 31,88% dan pada tahun 2023 jumlah konsumen mengalami peningkatan kembali yaitu 59.192 orang atau sebesar 14,43%

Adapun data nilai penjualan produk pada gerai Saimen *Bakery* Kota Jambi dari tahun 2019 sampai tahun 2023 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.4
Data Nilai Penjualan Produk pada Gerai Saimen *Bakery* Kota Jambi
Tahun 2019-2023

Tahun	Penjualan (Rp)	Perkembangan (%)
2019	4.879.941.800	-
2020	3.433.900.721	(29,63)
2021	2.921.683.800	(14,91)
2022	5.232.545.600	79,09
2023	5.819.643.500	11,22
Rata-rata	4.457.543.084	9,15

Sumber : Olah Data Saimen *Bakery* Gerai Pasar di Kota Jambi (2024)

Berdasarkan tabel diatas nilai penjualan produk pada gerai Saimen *Bakery* di Kota Jambi dari tahun 2019 sampai tahun 2023 mengalami fluktuasi. Dimana pada tahun 2020 nilai penjualan produk menurun sebesar -29,63, pada tahun 2021 nilai penjualan produk menurun kembali sebesar -14,91%, pada tahun 2022 nilai penjualan produk mengalami peningkatan sebesar 79,09% dan pada tahun 2023 nilai penjualan produk mengalami peningkatan sebesar 11,22%. Dengan rata-rata nilai penjualan produk Saimen *Bakery* dalam lima tahun terakhir sebesar 9,15%.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan pentingnya Citra Merek dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. Oleh Karena itu peneliti tertarik untuk meneliti : **”Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Gerai Saimen Bakery Kota Jambi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dimana permasalahan dapat di identifikasikan sebagai berikut:

1. Persaingan perusahaan *bakery* di Kota Jambi cukuplah banyak mulai dari Saimen Bakery, Christine Bakery, Linda Bakery, Boule Bakery dan beberapa usaha *bakery* rumahan yang ada di Kota Jambi.
2. *Top brand bakery* di Kota Jambi di kuasai oleh merek Saimen di urutan pertama dan merek Christine di urutan kedua dalam lima tahun terakhir dan mengungguli dari merek *bakery* lain yaitu, Linda, dan Boule.
3. Volume penjualan produk pada gerai Saimen Bakery Kota Jambi dari tahun 2019 sampai tahun 2023 mengalami fluktuasi setiap tahunnya.
4. Jumlah konsumen pada gerai Saimen Bakery Kota Jambi dari tahun 2019 sampai tahun 2023 mengalami fluktuasi.
5. Nilai penjualan produk pada gerai Saimen Bakery di Kota Jambi dari tahun 2019 sampai tahun 2023 mengalami fluktuasi.

1.3 Rumusan Masalah

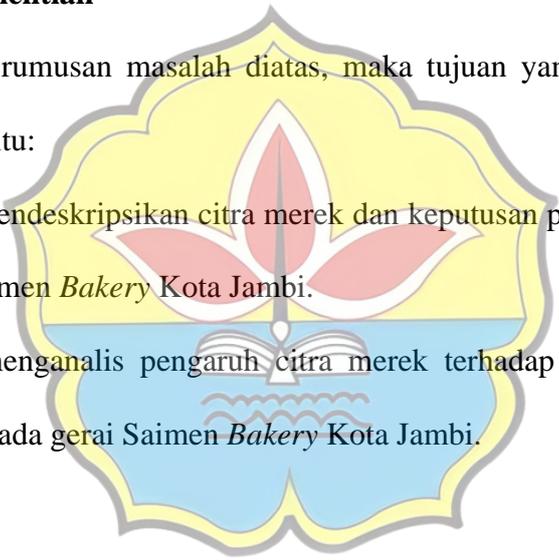
Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah pokok dalam penulisan ini adalah :

1. Bagaimana citra merek dan keputusan pembelian produk pada gerai Saimen *Bakery* Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk pada gerai Saimen *Bakery* Kota Jambi?

1.4 Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dapat penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan citra merek dan keputusan pembelian produk pada gerai Saimen *Bakery* Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk pada gerai Saimen *Bakery* Kota Jambi.



1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan serta tambahan pengalaman kepada penulis dalam penerapan sebagian kecil dari teori yang telah didapat ketika mengikuti perkuliahan dengan realita dilapangan tentang pemasaran.

b. Memberikan masukan untuk membantu manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan.

2. Manfaat Teoritis

a. Sebagai bahan referensi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian pada masa yang akan datang.

