

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri makanan merupakan sektor yang memberi kontribusi terbesar ekonomi Indonesia karena merupakan kebutuhan pokok manusia. Perilaku konsumsi pangan merupakan suatu aspek guna mengukur tingkat perekonomian keluarga dan perekonomian nasional, sampai menjadi suatu aspek mutu dalam industri pangan penentu indeks pembangunan manusia. Pasokan pangan di tingkat rumah tangga sudah mulai bergeser dari penggunaan makanan segar ke makanan beku. Perubahan tersebut disebabkan oleh perubahan gaya hidup manusia saat ini termasuk perubahan pola konsumsi makanan, sebagai akibat dari perbaikan kondisi sosial dan perubahan lingkungan strategis (Novarista & Syahni, 2013).

Zaman globalisasi menciptakan perubahan pola konsumsi masyarakat di kota-kota besar dengan kesibukan bekerja sehari-hari yang banyak menyita waktu menyebabkan masyarakat tidak memiliki banyak waktu untuk memasak lauk dan sayuran untuk makanan sehari-hari, sehingga banyak masyarakat yang beralih mengkonsumsi makanan instan dan cepat saji seperti makanan olahan beku (*frozen food*), yang praktis dan mudah untuk diolah menjadi makanan. Selain praktis makanan olahan beku (*frozen food*) saat ini sudah menjadi gaya hidup, karena harganya terjangkau, tahan lama, dan rasanya enak (Nurfaidah, 2012).

*Frozen food* dapat mudah dijumpai oleh konsumen baik di tingkat pasar tradisional dan di supermarket. Perubahan gaya hidup pada masyarakat Kota Makassar berpengaruh pada pola konsumsi makanan masyarakat. Seperti

halnya penduduk di kota besar lainnya, penduduk Kota Makassar tertarik pada produk makanan instan yang tahan lama dan mudah dalam penyajiannya. Tingkat konsumsi makanan olahan yang lebih digemari oleh masyarakat saat ini adalah sosis, bakso dan nugget. Produk *frozen food* bakso dan sosis merupakan produk daging olahan yang paling banyak dikonsumsi (Anggraini, 2010).

Suki berasal dari Jepang yang lebih dikenal dengan sukiyah yang terbuat dari daging sapi yang dipanggang dan biasanya terdiri dari sayuran segar seperti sayuran hijau (pakcoy), sawi atau jamur aneka jenis, bakso, kulit tahu dan shirataki yang direbus bersama. Pilihan daging dapat berupa daging ikan atau sapi dan *sefood*. Kuah suki terbuat dari campuran kaldu sapi, kaldu jamur serta bumbu. Bumbu yang digunakan terdiri dari lada, kecap inggris, kecap manis, saos tomat, garam, dan gula. Selain kuah yang gurih dan isian yang menggoda selera. (Farwardo & Sari, 2017).

Suki *frozen food* merupakan makanan instan yang sehat dan higienis untuk dikonsumsi oleh semua kalangan. Kebutuhan Suki *frozen food* sangat berpengaruh pesat utamanya pada masyarakat dikarenakan gaya hidup saat ini yang semakin berkembang pesat. Berikut adalah daftar hasil penjualan Suki *frozen food* di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Penjualan Suki *Frozen Food* di Kota Makassar

No	Tahun	Volume Penjualan (kg)	Perkembangan (%)
1	2017	6.344.114	0,26
2	2018	8.621.515	0,26
3	2019	9.707.996	0,11
4	2020	17.115.180	0,43
5	2021	20.100.140	0,15
<b>Jumlah</b>		<b>61.888.945</b>	<b>0,95</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>12.377.789</b>	<b>0,19</b>

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Makassar, 2022

Berdasarkan data Tabel 1, menunjukkan bahwa penjualan *Suki frozen food* di Kota Makassar pada tahun 2017 hingga 2021 mengalami peningkatan sebanyak 61.888.945 kg dan 0,95 %. Sehingga rata-rata volume penjualan di Kota Makassar yaitu 12.377.789 kg pertahunnya.

Keakraban produk merupakan sikap yang dapat menyebabkan timbulnya minat beli konsumen yang mencerminkan minat perilaku konsumen yang diprediksi di masa mendatang terhadap keputusan pembelian. Keakraban produk dapat diukur dengan seberapa banyaknya konsumen memahami dan menilai tentang suatu produk. Terdapat beberapa variabel yang memengaruhi kekraban produk yaitu pengetahuan produk, kemasan dan lingkungan sosial yang memiliki peran penting untuk membuat konsumen akrab dengan produk yang akan dibeli (Mayangsari dan Lilik 2014).

Keputusan pembelian merupakan proses penyelesaian sebuah permasalahan yang dimulai dengan proses pengenalan pada sesuatu yang diinginkan, alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian yang dapat dilakukan dalam memutuskan pembelian. Keputusan pembelian akan dilakukan setelah konsumen menetapkan sebuah produk yang akan dibutuhkan (Setiadi, 2019).

Beberapa penelitian menemukan adanya hubungan antara keakraban produk dengan keputusan pembelian. Fakhrol, (2018). Dalam penelitiannya keakraban produk dapat membantu meningkatkan minat beli walaupun belum tingkat kepercayaan tinggi. Penelitian Putri, (2012) juga mengungkapkan bahwa pengetahuan produk berperan positif dan signifikan terhadap sikap konsumen.

Kondisi dinamika masyarakat semakin meningkat seiring terjadinya perubahan lingkungan yang menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup dan kegiatan padat termasuk didalamnya pergeseran pola konsumsinya yang praktis. Permasalahan tersebut menjadi gambaran bahwasanya konsumen sekarang lebih beralih ke olahan makanan instan yang penyajiannya mudah dan bisa tahan lama. peneliti ini ingin mengetahui bagaimana keputusan pembelian suki, bagaimana keakraban produk terhadap pembelian Suki *frozen food*, dan peneliti juga ingin menggali pengaruh keakraban produk terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis keakraban produk dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Suki (Studi Kasus pada Usaha *Frozen Food* di Kota Makassar)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana keakraban produk terhadap pembelian Suki *frozen food* di Kota Makassar?
2. Bagaimana Faktor apa yang mempengaruhi keakraban produk (pengetahuan produk, kemasan, dan lingkungan sosial) pada pembelian Suki *frozen food* di Kota Makassar?
3. Bagaimana keputusan pembelian produk Suki *frozen food* di Kota Makassar?

4. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk, kemasan, dan lingkungan sosial terhadap keakraban produk pada pembelian Suki *frozen food* di Kota Makassar?
5. Bagaimana pengaruh keakraban produk terhadap keputusan pembelian Suki *frozen food* di Kota Makassar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

- (1) Mendeskripsikan keakraban produk Suki *frozen food* di Kota Makassar
- (2) Mendeskripsikan Faktor yang mempengaruhi keakraban (produk pengetahuan produk, kemasan, dan lingkungan sosial) pada pembelian Suki *frozen food* di Kota Makassar?
- (3) Mendeskripsikan keputusan pembelian produk suki *frozen food* di Kota Makassar
- (4) Menganalisis pengaruh pengetahuan produk, kemasan, dan lingkungan sosial terhadap keakraban produk pada pembelian Suki *frozen food* di Kota Makassar
- (5) Menganalisis pengaruh keakraban produk terhadap keputusan pembelian Suki *frozen food* di Kota Makassar

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian, di Universitas Muslim Indonesia.

2. Bagi pemilik usaha *frozen food* Suki, sebagai tambahan informasi bagi suatu perusahaan untuk menentukan kebijakan pemasaran yang efektif dan efisien.
3. Bagi pemerintah, peneliti ini berguna sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap pembelian *frozen food*.