

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam dan keanekaragaman hayati yang sangat tinggi. Indonesia dianggap sebagai negara agraris adalah karena sektor pertanian menjadi andalan (*leading sector*) dalam perekonomiannya. Sektor pertanian merupakan tulang punggung dari perekonomian dan pembangunan nasional (Faqih *et al.*, 2022). Pertanian merupakan kegiatan usaha yang meliputi kegiatan budidaya tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, kehutanan, dan peternakan. Tanaman hortikultura sebagai kekayaan hayati yang termasuk kekayaan sumber daya alam Indonesia yang sangat penting sebagai sumber pangan sehingga hortikultura perlu dikelola dan dikembangkan secara efisien dan berkelanjutan. Buah-buahan merupakan jenis tanaman hortikultura yang lebih bersifat menahun, dan lebih dikenal sebagai sumber vitamin dan mineral. Produksi buah-buahan nasional memiliki peranan penting untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, konsumsi buah dan juga meningkatkan devisa ekspor nasional.

Bali merupakan wilayah di Indonesia yang memiliki potensi berbagai jenis pertanian hortikultura. Tanaman hortikultura memiliki karakteristik perisabel atau mudah membusuk (Pitaloka, 2017). Karakteristik tersebut memerlukan pengolahan untuk memperpanjang masa simpan. *Bali Food Industry* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian dengan membantu para petani lokal yang sering

membuang hasil panennya karena rusak atau membusuk karena tidak laku di pasaran yang dapat mengakibatkan *food waste*. Kegiatan pengolahan yang dilakukan di *Bali Food Industry* adalah proses pembekuan buah. Pembekuan pada bahan pangan dapat meningkatkan nilai tambah, penurunan suhu akan mengakibatkan penurunan proses kimia, mikrobiologi dan biokimia yang berhubungan dengan kelayuan, kerusakan, dan pembusukan (Arif *et al.*, 2023).

Penjualan *frozen fruit* di Indonesia masih jarang ditemukan karena kurangnya minat masyarakat Indonesia yang cenderung menyukai buah segar daripada produk olahan *frozen fruit*. Edukasi kepada masyarakat mengenai *frozen fruit* yang minim menyebabkan masyarakat masih memilih mengonsumsi buah segar. Daya beli masyarakat Indonesia yang jarang mengonsumsi *frozen fruit* selain karena harganya yang tergolong mahal adalah kurangnya pengetahuan akan manfaat yang bisa didapat dari *frozen fruit* (Putlia, 2022). Kesadaran masyarakat terhadap *frozen fruit* sangat dipengaruhi oleh informasi kesehatan, edukasi konsumen, liputan media massa, testimoni konsumen, inovasi produk, promosi, dan isu-isu keberlanjutan. Pemasaran dan edukasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan membentuk persepsi positif terhadap *frozen fruit*. Banyaknya paradigma masyarakat yang beranggapan bahwa buah segar lebih sehat dibandingkan *frozen fruit* padahal tidak selalu demikian. Penelitian Elmore *et al.* (2021) menemukan bahwa ternyata *frozen fruit*, dalam beberapa kasus, lebih bernutrisi dibandingkan yang disimpan dalam kulkas sehingga hanya tampak segar. Proses pembekuan buah yang segera dilakukan usai panen dapat menjaga kandungan nutrisi tetap konsisten pada buah sampai akhirnya dikonsumsi.

Penjualan *frozen fruit* di Bali Fruit Industry juga mengalami fluktuasi karena dipengaruhi oleh *high season* selama musim liburan. Pada masa ini, jumlah wisatawan meningkat tajam, sehingga permintaan *frozen fruit* sebagai bahan baku di restoran, hotel dan kafe melonjak. Memahami pola ini membantu bisnis merencanakan strategi yang efektif, seperti promosi khusus, peningkatan layanan saat *high season*, dan pengurangan biaya operasional saat *low season*. Adapun kendala lain yang dihadapi yaitu keberadaan pesaing yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasar. Perusahaan bersaing menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang dipasarkannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Perusahaan dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangi persaingan sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Bali Food Industry sebagai agroindustri memiliki peluang cukup tinggi untuk dikembangkan di Indonesia karena memiliki prospek besar di pasar domestik dan internasional. Perusahaan tersebut menjalankan semua aspek dari hulu sampai ke hilir yang bergerak di bidang budidaya sampai ke pemasaran dan distribusi. Langkah yang dapat dilakukan perusahaan terhadap keputusan pembelian yaitu dengan menerapkan strategi bauran pemasaran. Perencanaan strategi pemasaran yang salah akan berdampak besar pada menurunnya penjualan. Kegiatan pemasaran terhadap pembelian dapat dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari *product*, *price*, *promotion* dan *place* yang mengintegrasikan diarahkan dapat menghasilkan omset penjualan yang maksimal atas produk yang dipasarkan. Penerapan 4P yang tepat dapat mempengaruhi

keputusan pembelian sehingga kegiatan pemasaran *frozen fruit* perlu dianalisis strategi bauran pemasarannya yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi. Strategi pemasaran 4P digunakan karena konsumen *Bali Food Industry* sebagian besar merupakan konsumen *business to business* (B2B) sehingga 7p, 9p, atau bahkan 11p selain *product, price, place, and promotion* tidak terlalu berpengaruh. *Bali Food Industry* tidak menjual pelayanan kepada konsumen tidak seperti *experience* pada pelayanan pada tempat wisata, pelayanan pada restoran, dll. Konsumen dari *Bali Food Industry* tentunya lebih fokus terhadap *produk, place, promotion dan price* sehingga data yang dibutuhkan untuk penelitian di *Bali Food Industry* hanya 4P saja. Penggunaan 4P lebih spesifik dan sempit sehingga dapat lebih fokus pada penelitian tersebut agar dapat memaksimalkan keputusan konsumen dalam membeli produk dari *frozen fruit*. Penelitian ini nantinya juga akan menjadi informasi terbaru untuk masyarakat tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

1.2 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis trend penjualan *frozen fruit* di *Bali Food Industry*.
2. Menganalisis proses keputusan konsumen dalam pembelian *frozen fruit* di *Bali Food Industry*.
3. Menganalisis strategi pengaruh bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian *frozen fruit* di *Bali Food Industry*.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat penelitian bagi peneliti yaitu untuk menambah pengetahuan dan mengaplikasikan teori yang didapat selama kuliah.
2. Manfaat penelitian bagi perusahaan yaitu diharapkan dapat mengintegrasikan 4P yaitu produk, harga, tempat, dan strategi promosi di *Bali Food Industry*.
3. Manfaat penelitian bagi pembaca yaitu diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, wawasan, serta referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen.