

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penduduk Indonesia sebagai pangsa pasar utamabagi perkembangan industri gula pasir. Peningkatan industri gula pasir ini terjadi karena gula pasir adalah salah satu kebutuhan pokok masyarakat Indonesia. Sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 71 Tahun 2015 dan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2020, gula pasir ditetapkan sebagai salah satu komoditas pangan utama. Gula pasir merupakan produk olahan pertanian yang dihasilkan dari tanaman tebu dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Industri gula pasir domestik terbagi menjadi dua kategori, yaitu gula pasir curah dan gula pasir kemasan bermerek (Safira dan Aji, 2021). Gula pasir kemasan bermerek adalah produk yang dipasarkan dengan kemasan, merek, dan label produk yang umumnya tersedia di supermarket (Putri *et al.*, 2014).

Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik Jawa Tengah, 2021), kota dengan urutan kelima kepadatan penduduk tertinggi di Jawa Tengah adalah Kota Semarang. Jumlah penduduk Kota Semarang pada tahun 2023 mencapai 1,65 juta jiwa dengan luas wilayah 373,78 km² dan merupakan kota dengan tingkat kepadatan penduduk tertinggi di Jawa Tengah yaitu mencapai 4.423,79 jiwa/km². Adanya pelayanan per kapita yang tinggi dan jumlah penduduk yang besar, Kota Semarang menjadi target pasar yang potensial bagi produk gula pasir. Gula pasir merupakan bahan minuman dengan nilai konsumsi rata-rata tertinggi di Kota Semarang pada Tahun 2021 dengan jumlah 0,894 kg gula pasir/kapita/seminggu

(Badan Pusat Statistik, 2023) dengan ketentuan HET (harga eceran tertinggi) tahun 2021 sebesar Rp. 15.500/kg dari pemerintah. Jumlah nilai konsumsi rata-rata yang tinggi tersebut menunjukkan adanya permintaan yang tinggi terhadap gula pasir di Kota Semarang.

Adanya jumlah nilai konsumsi rata-rata yang tinggi tersebut menjadikan Kota Semarang sebagai target pasar yang ideal bagi para perusahaan penghasil gula pasir dalam memasarkan produk-produknya. Berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat bahwa gula pasir mempunyai arti penting bagi rumah tangga di Kota Semarang. Karakteristik konsumen gula pasir di Kota Semarang beragam mulai dari ibu rumah tangga, perusahaan F&B hingga mahasiswa, namun dominasi konsumen pada ibu rumah tangga (Darmawan, 2022). Dominasi karakteristik konsumen ini dapat disebabkan karena ibu rumah tangga sebagai pengelola keuangan serta penentu kebutuhan yang digunakan dalam keseharian dalam rumah tangga. Ibu rumah tangga menentukan kebutuhan sehari-hari mulai dari kebutuhan utama seperti bahan pokok dirumah serta tempat perbelanjaannya. Pemilihan ini didasarkan pada merek yang ada, manfaat, komposisi hingga harga pada sebuah merek. Oleh karenanya, pemahaman terhadap perilaku ibu rumah tangga sebagai konsumen utama gula pasir sangat penting untuk memahami tren konsumsi gula.

Perusahaan-perusahaan gula pasir tersebut saling bersaing satu sama lain dalam memasarkan produknya yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Setiap produk gula pasir yang diproduksi oleh para produsen tersebut membutuhkan tempat untuk melakukan pemasaran sehingga hasilnya dapat sampai ke tangan konsumen. Pemasaran dapat dilakukan di supermarket dan pasar tradisional, namun

penelitian ini dilakukan di supermarket karena menurut Lubis (2015) pesatnya perkembangan pasar swalayan, membuat sebagian orang lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga di pasar swalayan dengan alasan kemudahan, produk yang tersedia lebih bervariasi, lebih praktis dan dapat meningkatkan prestise.

Penduduk di wilayah Semarang saat ini berjumlah 1.650.000 jiwa yang merupakan pangsa pasar sangat besar bagi perkembangan industri gula pasir. Gula merupakan hasil pengolahan tebu dan salah satu komoditas strategis dalam perekonomian Indonesia. Gula salah satu dari sembilan bahan pokok (sembako) kebutuhan pangan yang sangat penting bagi kebutuhan rumah tangga maupun industri makanan dan minuman baik yang berskala besar maupun yang kecil.

Permintaan gula pasir di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk yang memberikan kontribusi terhadap peningkatan konsumsi gula nasional (Badan Ketahanan Pangan, 2011). Gula pasir merupakan salah satu kebutuhan pokok yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, baik untuk kebutuhan rumah tangga maupun industri makanan dan minuman. Tren konsumsi gula yang terus meningkat telah mendorong munculnya berbagai merek gula pasir di Indonesia, salah satunya adalah *Gunung Madu Plantations (GMP)*.

GMP merupakan salah satu merek gula pasir yang cukup dikenal di Indonesia. Berdasarkan data Top Brand Award tahun 2024, GMP menduduki peringkat kedua dalam kategori gula pasir bermerek terlaris setelah merek Gulaku dengan volume penjualan mencapai 5,60%. Menurut Sania (2024) bahwa Top

Brand Award gula pasir yaitu Gulaku dengan TBI 88,80%, GMP dengan TBI 5,6%, Rajagula dengan TBI 3,50%, dan Rosebrand dengan TBI 1,10%. Alasan tidak memilih merek Gulaku untuk dijadikan objek penelitian karena penelitian merek gula GMP masih sedikit, sehingga untuk memperdalam wawasan serta kajian literature terkait produk ini.

Salah satu produk unggulannya adalah Gula Pasir GMP 1 Kg, yang memiliki keunggulan dari sisi kualitas bahan baku serta diproses menggunakan teknologi canggih. Produk ini tidak hanya digunakan sebagai bahan pemanis, tetapi juga membantu meningkatkan cita rasa masakan, sehingga diminati oleh konsumen rumah tangga maupun industri kecil.

Proses produksinya, GMP menggunakan teknologi maju yang memastikan kualitas produk terjaga, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengemasan akhir. GMP mampu menghasilkan gula pasir yang bersih, murni, dan tahan lama. Reputasi GMP sebagai produsen gula berkualitas tinggi semakin diperkuat dengan ketersediaan produknya di berbagai jaringan distribusi, termasuk pasar tradisional, swalayan, dan e-commerce.

Permasalahan utama beberapa komoditas pertanian adalah fluktuasi harga. Termasuk harga gula pasir baik gula pasir bermerek maupun tidak. Seperti halnya sekarang, harga gula pasir per September 2023 sedang mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Peningkatan harga gula pasir tidak bermerek dari harga Rp 14.500,- menjadi Rp 17.500,-. Harga gula pasir bermerek seperti Gunung Madu dari harga Rp 15.000,- menjadi Rp 17.500,-.

Peningkatan harga gula tersebut dapat diakibatkan oleh beberapa faktor salah

satunya adalah peningkatan permintaan gula masyarakat dan rendahnya pasokan bahan baku. Kenaikan harga yang terjadi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian adalah suatu tahapan yang dimulai dengan pengidentifikasian masalah terkait produk yang diperlukan, dilanjutkan dengan pencarian informasi mengenai produk tersebut, menilai produk berdasarkan kelebihan dan kegunaannya, kemudian melakukan pembelian terhadap produk yang dianggap paling unggul, serta diakhiri dengan evaluasi pasca pembelian, yaitu apakah konsumen merasa puas atau tidak atas produk yang dibeli (Aini *et al.*, 2021).

Keputusan pembelian disebabkan dari beragam faktor sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas produk, harga, lokasi, pelayanan, promosi, citra merk, dan kemasan. Kualitas produk menjadi faktor penting karena konsumen cenderung memilih produk yang memiliki standar kualitas tinggi dan dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan baik. Harga juga mempengaruhi karena konsumen mempertimbangkan nilai produk dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan. Faktor lain yang memengaruhi adalah promosi, di mana strategi pemasaran yang efektif dapat menarik perhatian dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Citra merek membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, sehingga produk dengan reputasi yang baik lebih mudah dipilih.

Super Indo di Kota Semarang sebagai salah satu supermarket terbesar di kota tersebut. Superindo dipilih sebagai lokasi karena kemudahan aksesnya bagi masyarakat kota Semarang. Super Indo juga menjadi pilihan utama bagi konsumen di Semarang, terutama ibu rumah tangga, karena menyediakan berbagai produk

dalam satu tempat dengan kualitas yang terjamin dan harga yang kompetitif. Dengan penataan produk yang praktis dan promosi yang menarik, Super Indo memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman dan efisien. Selain itu, konsumen juga dapat dengan mudah membandingkan merek-merek gula pasir berdasarkan kemasan, kualitas, serta harga, yang menjadikan lokasi ini ideal untuk penelitian mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap produk gula pasir.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Gula Pasir Merek Gunung Madu di Super Indo Kota Semarang” untuk menganalisis apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian gula pasir merek Gunung Madu di Super Indo Kota Semarang.

1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang ada maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis karakteristik konsumen gula pasir merek Gunung Madu di Super Indo Kota Semarang.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian gula pasir merek Gunung Madu di Super Indo Kota Semarang.

Manfaat penelitian ini yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Masukan sebagai informasi dan bahan pertimbangan manager dalam mengambil keputusan.

2. Bagi Mahasiswa

Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi mahasiswa dalam melaksanakan penelitian, khususnya mengenai analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian gula pasir merek Gunung Madu di Super Indo Kota Semarang.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.