

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia termasuk negara tropis yang memiliki banyak potensi pertanian, terutama dalam hal buah-buahan. Buah-buahan tropis yang beragam seperti anggur, jeruk, dan apel juga mencerminkan kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia. Indonesia memiliki potensi sangat besar, namun pengelolaannya masih belum optimal. Hal ini menyebabkan kualitas buah lokal sering kali rendah, sehingga tidak mampu memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat, sehingga diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, petani, dan pelaku industri untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi buah lokal sehingga Indonesia dapat bersaing di pasar global dan memenuhi kebutuhan konsumen. Produksi buah anggur tahun 2023 di Indonesia sebesar 134.055 ton. Jawa Tengah termasuk produksi anggur terbanyak ketiga di Indonesia dengan jumlah produksi 2.059 ton (BPS, 2023).

Anggur merupakan famili *Vitaceae* dengan nama latin *Vitis vinifera* L. Anggur termasuk dalam kelas dikotil (biji berkeping dua). Buahnya berbentuk bulat hingga lonjong serta memiliki tekstur lunak dengan warna putih, lalu bentuk daun seperti hati dengan tepi bergigi. Varietas buah anggur terdapat anggur merah, anggur hijau dan anggur merah keunguan. Buah anggur termasuk dalam komoditas hortikultura yang memiliki popularitas tinggi di kalangan masyarakat Indonesia.

Buah anggur bisa langsung di konsumsi atau sebagai bahan olahan, sehingga buah anggur memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Komoditas buah anggur memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan dalam memenuhi kebutuhan baik dalam negeri maupun ekspor keluar negeri. Buah Anggur yang segar dan enak, serta kaya akan nutrisi seperti mengandung vitamin C, vitamin K dan antioksidan yang bermanfaat untuk kesehatan (Saras, 2023). Buah anggur memiliki tekstur, rasa, dan keanekaragaman jenis serta manfaat yang banyak sehingga semakin digemari. Manfaat buah anggur dalam kesehatan dapat mencegah penyakit berbahaya seperti kanker, penyakit jantung, tekanan darah tinggi dan konstipasi. (Puspaningtyas, 2013).

Kemajuan *trend* saat ini di Jawa Tengah khususnya di Kota Semarang membuat permintaan terhadap buah anggur terus meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya pola hidup sehat. Hal itu membuat konsumen sekarang jauh lebih selektif dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi (Haro *et al.*, 2024). Data konsumsi buah anggur di Kota Semarang dalam 3 tahun juga mengalami peningkatan yang dimana pada tahun 2021 konsumsi buah anggur sebanyak 12 kuintal, tahun 2022 sebanyak 25 kuintal dan pada tahun 2023 konsumsi anggur sebanyak 26 kuintal (BPS Jawa Tengah, 2023). Meskipun terdapat peningkatan kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi buah lokal, namun permintaan terhadap anggur impor tetap tinggi. Peningkatan ini dapat mencerminkan perubahan perilaku konsumen yang semakin terbuka terhadap produk impor.

Memahami perilaku konsumen buah anggur tidak mudah, karena dengan dihadapkan banyak *varietas* buah anggur yang di pasarkan membuat konsumen memiliki kesukaan atau kebutuhan tersendiri terhadap buah anggur. Menurut Arfah (2022) Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen akan dihadapkan pada berbagai macam produk dan jasa dengan berbagai macam atribut yang berbeda-beda. Hal ini juga terjadi pada keputusan pembelian buah anggur, karena terdapat bahan yang menjadi pertimbangan keputusan pembelian konsumen seperti persepsi harga, kualitas produk, lokasi, promosi dan merek yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya adalah persepsi harga, yang dimana dalam kondisi ekonomi yang berfluktuasi, konsumen cenderung lebih memperhatikan harga (Sinulingga *et al.*, 2023).

Kota Semarang dengan kemajuan di era modern sudah memiliki banyak toko buah–buahan seperti Keboen Buah Semarang. Keboen Buah Semarang menjual berbagai jenis buah dari buah lokal hingga buah impor, termasuk buah anggur. Konsumen buah anggur berdatangan untuk membeli buah anggur sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen. Menurut (Marni *et al.*, 2021) Konsumen akan dihadapkan dengan banyaknya merek buah anggur yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian buah anggur. Jumlah buah yang diminta oleh konsumen juga dapat dipengaruhi oleh selera konsumen.

Menurut Arfah (2022) keputusan pembelian dapat membantu perusahaan dalam merancang kualitas produk, merancang promosi serta strategi pemasaran yang tepat. Pemahaman mengenai keputusan pembelian yang didasari oleh perilaku

konsumen dapat menjadi acuan informasi bagi produsen untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sesuai kebutuhan atau keinginan konsumen. Hal ini mendorong perlu adanya analisis faktor keputusan pembelian buah anggur. Oleh karena itu penting untuk menganalisis bagaimana faktor – faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian buah anggur impor di Keboen Buah Semarang”.

1.2. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis tingkat keputusan pembelian buah anggur impor di Keboen Buah Semarang.
2. Menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian buah anggur impor di Keboen Buah Semarang.

1.3. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Pemasar

Manfaat penelitian bagi produsen yaitu mampu dijadikan bahan acuan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang tepat serta membantu produsen dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk buah anggur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen di Keboen Buah Semarang.

2. Bagi Konsumen

Manfaat bagi konsumen yaitu diharapkan penelitian ini dapat menjadi pengetahuan tambahan dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian.

3. Bagi Penulis

Manfaat bagi konsumen yaitu diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan menambah wawasan dalam proses pembelajaran terkait ilmu perilaku konsumen dalam keputusan pembelian untuk konteks pemasaran.