

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan sektor industri saat ini dipengaruhi oleh berkembangnya teknologi yang semakin canggih dan ilmu pengetahuan. Saat ini perkembangan minuman kemasan sangat berkembang pesat. Hal ini dapat dibuktikan banyaknya produk minuman kemasan yang banyak sekali tersebar di pasaran. Salah satunya yaitu industri yang memproduksi minuman teh dalam kemasan siap minum. Seiringnya perkembangan zaman dan gaya hidup masyarakat, kepraktisan dan kemudahan menjadi hal utama yang dipertimbangkan untuk memutuskan pembelian sebuah produk minuman. Hal itu yang membuat perusahaan makanan dan minuman dalam kemasan saat ini berkembang pesat di Indonesia.

Teh adalah salah satu minuman yang sangat populer di Indonesia. Hal itu tidak jauh karena kebiasaan minum teh di Indonesia. Kebiasaan ini tidak mengenal waktu khusus, meskipun kebanyakan orang mengonsumsi teh saat pagi hari tidak banyak pula yang mengonsumsinya di siang hari bahkan malam hari. Karena itu teh bisa diibaratkan seperti air putih yang dapat dikonsumsi di kondisi apapun. Walaupun cara penyajiannya berbeda-beda sesuai selera seperti mengonsumsi teh panas atau teh dalam kondisi dingin. Hal itu yang membuat konsumsi teh di Indonesia cukup tinggi.

Teh yang diperjual belikan di Indonesia bentuknya beragam seperti, teh celup, teh bubuk dan juga teh kemasan. Konsumsi teh yang sangat tinggi di

Indonesia terbukti dari data yang dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa rata-rata konsumsi teh celup per kapita dalam seminggu yaitu 2,79 gram pada September 2021. Kemudian, untuk konsumsi teh bubuk per kapita dalam seminggu sebesar 0,041 ons pada September 2021 dan untuk teh kemasan per kapita dalam seminggu sebesar 51,5 ml pada September 2021. Produksi teh di Indonesia pada tahun 2021 mencapai angka 145,1 ton pada tahun 2021. Angka tersebut naik 13,45% dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai angka 127,9 ton.

Sebagai salah satu produsen minuman dalam kemasan siap minum dengan merek teh botol sosro, PT. Sinar Sosro merupakan perusahaan tertua dan sekaligus pelopor yang memproduksi teh wangi yang mencampurkan kombinasi bahan dasar yaitu teh hijau dan melati. Sejak saat kemunculannya perusahaan ini tidak perlu diragukan lagi eksistensinya. Kualitas produk yang dimilikinya mampu mempengaruhi pangsa pasar. Hal itu dikarenakan produk yang memiliki kualitas produk lebih baik akan banyak disukai konsumen sehingga mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Meskipun teh botol sosro sudah dikenal oleh banyak orang karena sebagai pelopor minuman teh dalam kemasan siap minum bukan berarti mereka tidak memiliki persaingan. Saat ini banyak perusahaan yang memproduksi teh dalam kemasan botol seperti, teh pucuk harum, teh gelas, moun tea dan frestea. Dari persaingan ini produsen teh dalam kemasan siap minum berlomba-lomba untuk mengembangkan produknya agar mampu bertahan dalam persaingan. Dari

pesaingnya tersebut teh pucuk harum menjadi pesaing terkuat teh botol sosro saat ini.

Tabel 1.1 Data Top Brand Index Minuman Teh Dalam Kemasan Siap Minum
Tahun 2017-2022

Nama Brand	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Teh Pucuk Harum	22.70%	32.30	35.20	34.70	36.80	32.60
Teh Gelas	12.60	9.60	13.80	13.00	12.50	10.50
Teh Botol Sosro	32.00	26.80	21.20	17.50	18.60	20.10
Mountea	0	0	3.70	5.00	0	3.60
Frestea	6.30	9.20	8.50	10.40	11.80	10.40

Sumber : topbrand-award.com

Berdasarkan tabel data dari Top Brand Index teh botol sosro yang semulanya berada di peringkat pertama pada saat tahun 2017 harus rela turun di peringkat kedua pada tahun 2018 karena disusul oleh teh pucuk harum. Setelah itu skor yang didapatkan oleh teh botol sosro di Top Brand Index selalu mengalami penurunan mulai tahun 2018 hingga 2020. Pada tahun 2021 hingga 2022 skor yang didapatkan teh botol sosro mengalami peningkatan walaupun peningkatan tersebut belum mampu menggeser peringkat pertama Top Brand Index dari teh pucuk harum. Dari data tersebut menunjukkan bahwa pangsa pasar dari teh botol

sosro beberapa tahun terakhir mampu direbut oleh teh pucuk harum. Menurunnya peringkat teh botol sosro ini terjadi karena menurunnya tingkat keputusan pembelian dari produk teh botol sosro. Hal tersebut harus segera diatasi agar teh botol sosro bisa terus masuk dalam persaingan minuman teh dalam kemasan siap minum.

Gambar 1.1 Komentar Konsumen Terhadap Persepsi Kualitas Produk Teh Botol

Sosro



Sumber: id.quora.com

Dari komentar beberapa konsumen teh botol sosro diatas dapat dilihat bahwa kualitas produk dari teh botol sosro ini enak untuk dikonsumsi. Mereka mengatakan bahwa rasa tehnya pas dan solid walaupun ada rasa sepet dan pahit yang dirasakan saat mengkonsumsi teh botol sosro. Tetapi yang menjadi permasalahan yaitu ada rasa yang tertinggal dari teh botol sosro setelah dikonsumsi. Jika dibandingkan dengan pesingnya yaitu teh pucuk harum mereka

mengatakan bahwa rasa dari teh pucuk harum ini lebih ringan dan tidak ada rasa yang tertinggal setelah mengonsumsinya.

Dikutip dari mojom.co (2022) melalui surveynya aroma teh botol sosro mampu memberikan aroma teh dan melati yang cukup terasa. Aroma yang diberikan teh botol sosro ini dapat dikatakan konsisten karena baik kemasan botol plastik ataupun botol kaca aroma yang diberikan tidak jauh berbeda. Sedangkan untuk rasanya teh botol sosro memberikan rasa sepet dan sedikit pahit setelah menelannya. Rasa pahit tersebut mampu tertolong dengan rasa manis yang diberikannya. Tetapi setelah meminum teh botol sosro di langit-langit mulut seperti ada rasa yang tertinggal. Dikutip dari wartaekonomi.co.id (2018) menurut pakar pemasaran Yuswohady melalui surveynya teh botol sosro memiliki kualitas rasa yang jika diminum maka akan merasakan haus terus. Dikutip dari selera.id (2021) teh botol sosro memiliki keunggulan yaitu memiliki banyak varian rasa dan memiliki kualitas yang baik tetapi selain keunggulan teh botol sosro juga memiliki kekurangan yaitu rasanya cenderung pahit dan memiliki harga yang lebih tinggi dari pesaingnya. Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa rasa dari teh botol sosro tersebut sebenarnya enak dan memiliki aroma dan rasa teh yang kuat tetapi ada sedikit kekurangan yaitu teh botol sosro memiliki rasa yang cenderung pahit dan meninggalkan rasa ditenggorokan saat setelah mengonsumsinya yang membuat terus menerus merasa haus. Hal itu membuat produk teh botol sosro tidak cocok untuk menghilangkan dahaga.

Persepsi kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Persepsi kualitas produk sangatlah penting

untuk perusahaan agar produknya mampu bersaing dengan produk pesaing di pasaran. Di era saat ini para konsumen sangat kritis untuk memilih produk yang akan dikonsumsi. Mereka menginginkan kualitas yang sepadan dengan apa yang mereka bayarkan untuk mendapatkan produk tertentu. Menurut Kotler dan Keller (dalam Mas'ud, 2020) persepsi kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan ataupun tersirat. Oleh sebab itu PT. Sinar Sosro harus memperhatikan kualitas produk yang mereka miliki untuk menaikkan tingkat keputusan pembelian terhadap produknya.

Selain persepsi kualitas produk, persepsi harga juga faktor yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Campbell pada Cocril dan Goode (dalam Darmansyah, 2020) persepsi harga merupakan faktor psikologis dari berbagai persepsi yang secara signifikan mempengaruhi reaksi konsumen terhadap harga. Oleh karena itu persepsi harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Tabel 1.2 Daftar Harga Minuman Teh Dalam Kemasan Siap Minum

Merek Teh dalam Kemasan Siap Minum (350 ml)	Harga Klikindomaret.com	Harga Harga.web.id
Teh Botol Sosro	Rp 3.900	Rp 4.000
Teh Pucuk Harum	Rp 3.800	Rp 3.000
Teh Gelas	Rp 3.300	Rp 3.000
Freshtea	Rp 4.000	Rp 4.000

Sumber : klikindomaret.com dan harga.web.id

Dari daftar harga di atas, harga teh dalam kemasan siap minum dari pesaing teh botol sosro lebih terjangkau daripada teh botol itu sendiri. Hanya freshtea yang memiliki harga diatas teh botol sosro jika dilihat dari web klikindomaret.com. Sedangkan pada web harga.web.id harga teh botol sosro dan freshtea sama diangka Rp 4.000. Dari perbedaan harga ini, tingkat keputusan pembelian dari konsumen teh botol sosro dapat menurun. Hal ini dikarenakan jika apa yang diharapkan konsumen pada produk teh botol sosro bisa didapatkan pada produk lainnya dengan harga lebih terjangkau maka akan menjadi pertimbangan untuk menentukan keputusan pembelian. Hal itu didukung oleh pendapat dari Khoirunnisa (2021) persepsi harga merupakan suatu pemikiran konsumen tentang berapa jumlah uang yang akan dikeluarkan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang diinginkannya dengan nilai yang sepadan dengan apa yang didupatkannya setelah membeli.

Keputusan pembelian sendiri merupakan proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian oleh seorang konsumen yang menggabungkan informasi untuk memilih antara dua atau lebih pilihan yang akan di pilih. Menurut Kotler (dalam Rohmatul, 2022) keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen mempertimbangkan untuk melakukan pembelian atau tidak terhadap suatu produk atau jasa. Keputusan pembelian ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, biasanya konsumen mempertimbangkan kualitas produk atau jasa, harga dan produk atau jasa yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO DI SURABAYA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian teh botol sosro di Surabaya ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian teh botol sosro di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian teh botol sosro di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari persepsi harga terhadap keputusan pembelian teh botol sosro di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat untuk beberapa pihak, antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan pengetahuan terhadap perusahaan tentang pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian teh botol sosro.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini mampu menambah ilmu dan pengetahuan tentang kualitas produk dan persepsi harga yang memengaruhi keputusan pembelian dan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan terlebih di konsentrasi pemasaran.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini mampu menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.