

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia banyak sekali menghadapi tantangan dalam mengikuti perkembangan era globalisasi, sehingga memerlukan peningkatan efisiensi ekonomi, produktivitas tenaga kerja, dan kontribusi yang signifikan dari sektor pembangunan (Santoso, 2008). Salah satu cara yang dapat dilakukan agar nilai tambah suatu komoditas pertanian meningkat adalah dengan mengaitkan pertanian dengan industri pengolahan. Salah satu industri kecil yang potensial untuk dikembangkan adalah industri pembuatan tahu. Hal ini terjadi karena konsumen tahu sangat banyak, mencakup semua strata sosial.

Tahu merupakan hasil olahan dari kacang kedelai yang disenangi oleh masyarakat selain karena harganya terjangkau, tahu juga memiliki rasa yang enak. Tahu telah menjadi makanan populer masyarakat Indonesia. Tahu merupakan makanan yang selalu hadir disetiap harinya baik itu merupakan lauk pauk pendamping nasi, baik itu tanpa olahan maupun dengan dimodifikasikan menjadi bentuk panganan lainnya yang berbasis tahu. Tahu merupakan makanan andalan untuk perbaikan gizi karena tahu mempunyai mutu protein nabati terbaik. Kandungan gizi dalam tahu, memang masih kurang dibandingkan dengan lauk pauk hewani, seperti ikan, daging dan telur. Namun, dengan harga yang lebih murah, masyarakat cenderung lebih memilih mengkonsumsi tahu sebagai bahan makanan pengganti protein hewani dalam memenuhi kebutuhan gizi (Widaningrum, 2015). Tahu menjadi salah satu makanan yang banyak diminati oleh konsumen dan sering

dikonsumsi oleh masyarakat Kota Malang pada umumnya. Tahu baik untuk kesehatan karena kandungan gizi yang lengkap pada kedelai sebagai bahan bakunya. Tahu juga mempunyai kualitas terbaik dan ciri khas yaitu dengan rasanya gurih dan kenyal serta tanpa menggunakan bahan pengawet maupun pewarna sbuatan sehingga aman dikonsumsi.

Konsumen perlu diberikan kesadaran untuk selalu mengkonsumsi produk yang sehat dan bergizi. Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena mempunyai sifat, perspektif, keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Demikian juga dengan konsumen tahu yang sering membeli tahu di Pabrik Tahu KLB. Menurut Setiadi (2003), perilaku adalah sejauh mana perasaan seseorang terhadap suatu objek positif atau negatif. Definisi ini menunjukkan perilaku konsumen adalah suatu perasaan atau reaksi penilaian terhadap suatu produk. Namun jika konsumen tidak merasa puas tentu konsumen akan mencari produk tahu yang lain. Biasanya, rasa, warna, ukuran, dan ketahanan produk sangat mempengaruhi dalam pembelian dan sama pengaruhnya dengan harga karena harga adalah masalah utama dalam suatu produk dan jasa terhadap konsumen dan bagaimana dengan konsumen itu sendiri apakah puas atau tidak terhadap produk tahu itu sendiri.

Konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya yaitu dengan melakukan pembelian. Karakteristik konsumen akan mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa. Sebelum melakukan pembelian konsumen akan mempertimbangkan barang mana yang akan dibeli. Menurut Sumarwan (2011), mendefinisikan keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai

pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif seseorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka harus memiliki pilihan alternatif.

Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mendorongnya untuk membeli suatu produk. Menurut Sangadji dan Sopiya (2013), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang ataupun jasa adalah faktor psikologis yang meliputi motivasi pembelian, faktor situasional yaitu tempat pembelian, faktor sosial mencakup anggota keluarga dan kelompok acuan, faktor pribadi mencakup faktor usia, pekerjaan, pendapatan, dan harga. Ada berbagai faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan jumlah pembelian tahu, oleh karena itu penting sekali untuk menganalisis faktor-faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan jumlah pembelian tahu di Pabrik Tahu KLB Jalan Pelabuhan Ketapang 1 Kelurahan Bakalan Krajan, Kecamatan Sukun, Kota Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dinyatakan rumusan masalah sebagai berikut

1. Apakah faktor motivasi pembelian, kelompok acuan, pendapatan konsumen, dan tempat pembelian. Mempengaruhi keputusan jumlah pembelian Tahu di Pabrik Tahu KLB Jalan Pelabuhan Ketapang 1 Kelurahan Bakalan Krajan, Kecamatan Sukun, Kota Malang?
2. Faktor apakah yang dominan mempengaruhi keputusan jumlah pembelian Tahu di Pabrik Tahu KLB Jalan pelabuhan Ketapang 1 Kelurahan Bakalan Krajan, Kecamatan Sukun, Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka tujuan yang ingin dicapai adalah

1. Untuk menganalisis faktor motivasi pembelian, kelompok acuan, pendapatan konsumen dan tempat pembelian mempengaruhi keputusan jumlah pembelian Tahu di Pabrik Tahu KLB Jalan Pelabuhan Ketapang 1 Kelurahan Bakalan Krajan, Kecamatan Sukun, Kota Malang
2. Untuk mengetahui faktor yang dominan mempengaruhi keputusan jumlah pembelian Tahu di Pabrik Tahu KLB Jalan pelabuhan Ketapang 1 Kelurahan Bakalan Krajan, Kecamatan Sukun, Kota Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diberikan adalah sebagai berikut

1. Bagi Peneliti dan Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya

2. Penelitian ini juga bermanfaat atau berguna untuk menambah wawasan pembaca mengenai faktor-faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan jumlah pembelian tahu.

3. Bagi masyarakat umum dan pengusaha tahu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi ilmiah mengenai faktor-faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan jumlah pembelian tahu.

