BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pertanian di Indonesia memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian. Pertanian di Indonesia memberikan kontribusi besar yang menjadi tumpuan bagi perkembangan perekonomian masyarakat. Terdapat berbagai potensi sumber daya alam pertanian yang dapat dikembangkan mulai dari tanaman pangan, tanaman perkebunan, dan tanaman holtikultura yaitu sayuran dan buah-buahan (Setyanik, 2018). Tujuan penyediaan produk hortikultura dalam negeri adalah untuk memenuhi permintaan konsumen dalam negeri baik di pasar tradisional, kontemporer, maupun internasional. Saat ini dunia memasuki era globalisasi, yang dimana hampir semua aspek kehidupan masyarakat bergantung pada perekonomian. Banyak cara dilakukan demi meningkatkan perekonomian masyarakat, salah satunya dengan melakukan kerjasama internasional. Demi saling memenuhi kebutuhan antar negara, maka kerjasama internasional dilakukan oleh setiap negara tidak terkecuali Indonesia.

Kegiatan ekspor impor merupakan salah satu bentuk kerjasama internasional yang dilakukan di Indonesia. Kegiatan ekspor dapat terjadi ketika melimpahnya sumber daya sebuah negara, sedangkan kegiatan impor terjadi ketika tidak tercukupinya kebutuhan suatu negara. Indonesia merupakan negara tropis yang berpotensi menghasilkan berbagai macam sumber daya alam, namun potensi ini tidak sepenuhnya dimanfaatkan dengan maksimal sehingga sebagian besar

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan ditindaklanjuti sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

masyarakat mengonsumsi produk yang berasal dari impor. Salah satu produk impor yang sering dikonsumsi adalah buah-buahan.

Konsumsi buah-buahan merupakan kebutuhan pokok sehari-hari bagi sebagian besar masyarakat. Hal ini sesuai dengan pemahaman masyarakat umum tentang pentingnya makan buah untuk mencapai kesehatan yang maksimal, karena buah merupakan sumber serat pangan alami, pabrik senyawa vitamin, mineral, dan antioksidan (Suprihantini, 2019). Pada 2004, impor buah mencapai sekitar 50.000 ton, namun saat ini jumlah impor buah mencapai 1 juta ton, sehingga hal ini dikhawatirkan dapat mematikan pelaku usaha dalam negeri. Badan Pusat Statistik menyatakan pada Mei 2023 mengalami peningkatan impor buah pada buah leci, kiwi, dan anggur.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang berlaku

Tabel 1. 1
Jumlah Impor Buah Tahun 2020-2022

Negara Asal	2020	2021	2022
Tiongkok	441.922.6	514.902.7	479.557.1
Amerika Serikat	33.375.4	31.352.2	34.903.4
Thailand	35.134.8	58.359.1	71.178.8
Australia	25.964.8	35.948.3	26.809.7
Pakistan	16.807.0	33.123.8	25.053.4
Mesir	25.146.5	25.177.1	30.047.8
Afrika Selatan	8.223.0	13.022.0	13.921.8
Selandia Baru	6.616.2	7.897.0	6.337.5
Vietnam	1.797.4	2.725.3	2.701.7
Peru	1.361.3	2.810.8	4.434.0
Lainnya	42.207.3	52.104.1	56.909.7
Jumlah	**638.556.3**	**775.422.4**	**749.855.0**

Sumber : Badan Pusat Statistik

Melimpahnya buah impor di pasaran menyebabkan pelanggan mempunyai banyak pilihan, namun keputusan pembelian konsumen tetap berdasarkan berbagai

pertimbangan atau informasi yang dimiliki konsumen. Konsumen akan mengonsumsi buah tergantung pada seberapa besar seseorang menyukai kualitas buah tersebut. Hal ini mempengaruhi timbulnya perilaku konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk. Menurut Alberta, *et al* (2020) masyarakat Indonesia, khususnya remaja, relatif lebih sedikit mengonsumsi buah dan sayur, hal ini disebabkan sikap remaja dan ketidaktahuan terhadap pentingnya manfaat buah dan sayur bagi kesehatan. Menurut BPS (2021) rata-rata konsumsi masyarakat Indonesia sebesar 81,14 gram/kapita/hari. Sedangkan jumlah tersebut hanya sebesar 54,09% dari batas minimal angka kecukupan gizi Badan Kesehatan Dunia (WHO), sehingga masih perlu ditingkatkan.

Secara umum, konsumen tertarik untuk membeli buah impor karena rasanya yang manis, warnanya yang menarik, dan harganya yang terjangkau. Ketidakmampuan buah lokal dalam memenuhi kebutuhan kosumen disebabkan oleh harga yang tidak kompetitif, kurangnya kualitas dan rasa, serta penampilan buah yang masih kalah dengan buah impor (Arhim dan Ningsi, 2017). Selain itu, dilihat dari sisi suplai, buah lokal kurang diminati karena ketersediaan benih berkualitas dinilai kurang, serta kurangnya kondisi infrastruktur dan keadaan operasional buah-buahan nasional yang menyebabkan daya saing produk buah impor lebih tinggi daripada buah lokal. Melihat banyaknya produk impor yang masuk menyebabkan berubahnya gaya dan pola hidup masyarakat. Meningkatnya tuntutan akan keragaman produk disebabkan oleh perubahan gaya hidup (Novera, *et al*, 2015). Bukti nyata adanya perubahan gaya dan pola hidup masyarakat terdapat

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku

pada perkembangan supermarket yang menyediakan berbagai produk impor, salah satunya adalah Toko Buah Hokky.

Toko Buah Hokky Merr merupakan supermarket yang menyediakan berbagai produk impor mulai dari minuman, sayuran, dan buah-buahan. Saat ini, banyak masyarakat modern lebih memilih untuk berbelanja di Toko Buah Hokky daripada pasar tradisional terutama pada produk sayur dan buah-buahan. Pembelian di Toko Buah Hokky dapat disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu dapat berasal dari faktor harga, promosi, dan kepercayaan. Harga merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen, dimana keterjangkauan harga sangat penting, terutama dalam pasar yang kompetitif dan konsumen memiliki beragam pilihan untuk dipilih (Saputra, 2020). Pentingnya harga dalam proses pengambilan keputusan juga dapat bergantung pada jenis produk atau layanan. Konsumen dapat memahami nilai produk atau layanan dengan baik, dan mereka mungkin bersedia membayar harga yang lebih tinggi jika mereka percaya bahwa produk atau layanan tersebut memberikan manfaat atau kualitas yang sebanding dan jika mereka yakin produk tersebut menawarkan kualitas unggul, fitur lebih baik, atau selaras dengan nilai-nilai konsumen tersebut. Namun, keputusan pembelian tidak selalu didasarkan pada harga secara langsung, tetapi juga mempertimbangkan manfaat yang diperoleh, kualitas produk atau layanan, dan nilai-nilai tambahan yang mungkin terkait. Menurut Solihin (2020) tanpa adanya promosi yang efektif akan menimbulkan keraguan dan mempengaruhi kepercayaan pelanggan karena rasa takut akan ketidaksesuaian ekspetasi. Promosi yang efektif akan menarik pelanggan untuk melihat bahkan membeli produk yang dipromosikan. Selain itu, jika tidak ada

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku

promosi, maka pelanggan tidak dapat mengetahui produk perusahaan jika tidak dikenalkan melalui promosi. Promosi akan memudahkan perusahaan dalam menimbulkan pemikiran pelanggan untuk lebih yakin dalam membeli produk .

Selain promosi, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor kepercayaan. Kepercayaan konsumen kepada perusahaan didapat dari berbagai informasi tentang perusahaan yang diketahui oleh konsumen. Cara perusahaan untuk meyakinkan konsumen dapat berupa promosi yang dilakukan perusahaan, dimana hal ini memupuk rasa penasaran dalam diri konsumen. Jika rasa percaya sudah ada dalam diri konsumen, maka tidak akan timbul keraguan dalam diri konsumen dalam memutuskan suatu pembelian. Menurut penelitian oleh Sartika (2021) menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Simanjutak (2022) kepercayaan dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan gap yang ada, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Harga, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buah Hokky Merr Surabaya**".

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan ditindaklanjuti sesuai dengan undang-undang yang berlaku

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Harga Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Toko Buah Hokky Merr?
2. Apakah Promosi Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Toko Buah Hokky Merr?

3. Apakah Kepercayaan Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Toko Buah Hokky Merr?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buah Hokky Merr.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buah Hokky Merr.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buah Hokky Merr.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak. Manfaat ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut merupakan manfaat dari penelitian ini:

a. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan dan menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan harga, promosi, kepercayaan, dan keputusan pembelian.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

b. Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan agar dapat mempertahankan kualitas yang berhubungan dengan harga, promosi, dan kepercayaan yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.