

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara yang bisa dikatakan berkembang dan mengikuti perkembangan jaman. Hal ini bisa dilihat melalui perkembangan industri di negeri ini yang terus berkembang dan merajalela. Sebagai contoh industri cukup menjanjikan adalah industri makanan dan minuman. Hal ini dikarenakan oleh kebutuhan manusia untuk makan dan minum dan melihat dari jumlah populasi di negeri ini yaitu 267 juta jiwa di tahun 2019, maka Industri ini sangat menjanjikan bagi para pengusahanya (Bappenas, 2019).

Melihat dari data yang dilansir oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), pada Januari – Juni 2019 bentuk penanaman modal dalam negeri (PMDN) pada kategori makanan berada pada tingkat ke-4 dari semua kategori yang ada dengan nilai investasi sebesar Rp. 21,26 Triliun. Selain itu, Kementerian Perindustrian juga memprediksi mengenai bisnis di bidang makanan dan minuman atau biasa dikenal dengan *F&B* pada tahun 2019 mampu tumbuh lebih dari 9%. Hal ini menyebabkan persaingan di bidang ini cukup kompetitif (Setneg, 2019).

Oleh karena ketatnya persaingan di industri makanan dan minuman ini, para pelaku usaha di bidang ini perlu menjadi kritis dalam menyajikan produk yang dijualnya dalam segala aspek. Untuk mencapai nilai puas dari konsumen, para pelaku usaha di bidang makanan dan minuman perlu sekali cerdas dalam mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Secara umum, menurut Kharismahayati (2006) beberapa aspek yang menjadi penilaian konsumen dalam membeli suatu makanan atau minuman adalah rasa, aroma, penyajian, sampai kepada kemasan produk.

Kemasan produk merupakan salah satu kunci penting dalam mempertahankan kualitas makanan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Kemasan bukan hanya

sebuah desain yang di produksi menjadi nyata, namun ada tujuan lain yaitu untuk menjaga produk yang dibuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa tujuan utama adanya kemasan adalah untuk menjaga produk yang dibuat.

Kemasan yang menarik perhatian mata dan memberikan kesan baik biasanya akan menuntun konsumen untuk memiliki keputusan yang impulsif. Hal ini di dukung dengan teori yang di ungkapkan oleh Morinez et al. (dalam Mufreni dan Alfin, 2015) bahwa konsumen akan secara tidak langsung membeli suatu produk pada kondisi tertentu. Salah satu kondisi yang bisa dimanfaatkan oleh para pelaku usaha adalah menciptakan kemasan yang menarik.

Dilansir dari Badan Pusat Statistik, minuman berbahan dasar kopi ini sangat digemari oleh seluruh kalangan dari rakyat kecil sampai dengan konglomerat. Hal ini disebabkan karena kopi dapat disajikan dalam bentuk apapun dan tetap di gemari oleh para penggemarnya. Hal ini menyebabkan banyak industri yang bergerak dalam kopi. (<http://coffeeland.co.id>).

Oleh karena banyaknya industri yang bergerak di bidang kopi, para pengusaha berusaha menjadi penjual kopi dengan berinovasi melalui ide-ide kreatifnya. Namun selain itu, para pengusaha kopi juga berusaha agar usahanya mampu memberikan pemenuhan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga usahanya menjadi pilihan konsumen.

Salah satu keunikan yang bisa di lihat dari *Fore Coffee* adalah kemasan yang disajikan oleh *Fore Coffee*. Cup yang digunakan didesain sedemikian rupa sehingga tidak sama. Sehingga hal yang ingin dikembangkan dan mengetahui tentang pengaruh kemasan yang di buat sedemikian rupa oleh *Fore Coffee* dan apakah hal ini menjadi salah satu pemikiran yang dilakukan oleh calon pembeli sebelum membeli produk. Sehingga penelitian ini diberi judul “**Pengaruh Keunikan Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan *Fore Coffee***”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas dan untuk mempermudah penelitian dan penulisan maka ada 2 masalah yang akan di teliti yaitu:

1. Belum diketahuinya jika pengemasan produk *Fore Coffee* sudah menarik bagi kaum *millenial*.
2. Belum diketahuinya pengaruh faktor pengemasan terhadap tingkat daya beli *Fore Coffee*.

1.3 Rumusan Masalah

Setelah melihat uraian di atas sehingga dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana desain kemasan produk *Fore Coffee*?
2. Bagaimana keputusan pembelian produk *Fore Coffee*?
3. Bagaimana pengaruh desain kemasan terhadap keputusan pembelian di *Fore Coffee*?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah dan melihat latar belakang yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui desain kemasan milik produk *Fore Coffee*.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan terhadap produk *Fore Coffee*.
3. Untuk mengetahui pengaruh desain kemasan terhadap keputusan pembelian di *Fore Coffee*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

1. Manfaat untuk manajemen *Fore Coffee*

Supaya mampu membantu pihak manajemen *Fore Coffee* agar mampu mengembangkan kemasan yang dapat memenuhi ekspektasi konsumen dan

lingkungan. Sehingga kemasan yang digunakan lebih efektif dan efisien. Selain itu, penelitian ini diharapkan agar mampu mengidentifikasi dampak baik dan buruk dari pemilihan kemasan dan desainnya.

1.5.2 Manfaat Akademis

1. Manfaat bagi peneliti lainnya

Dengan variabel yang serupa yaitu pengaruh desain kemasan dan keputusan pembelian, para peneliti yang memiliki niat untuk meneliti variabel yang sama mampu memiliki landasan dari hasil penelitian ini.

1.6 Sistematika Penulisan

- BAB I** : Pada bab I ini berisikan tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah pada penelitian ini, rumusan masalah dari penelitian, tujuan penelitian ini, manfaat dari penelitian sampai kepada sistematika penulisan pada penelitian ini.
- BAB II** : Pada bab II ini berisikan mengenai tinjauan teori dari teori utama dan pendukung untuk penelitian ini, kerangka pemikiran pada penelitian ini, dan hipotesis yang di berikan pada penelitian ini.
- BAB III** : Pada bab III ini berisikan mengenai metodologi penelitian, Teknik pengambilan sampel, lokasi dan waktu penelitian, serta uji-uji yang akan dilakukan pada penelitian ini.
- BAB IV** : Pada bab IV ini berisikan mengenai temuan yang di dapat selama melakukan penelitan serta pembahasan.
- BAB V** : Pada bab V ini berisikan kesimpulan dari penelitian ini serta saran yang diberikan.