

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanaman kelapa sawit (*Elaeis guineensis* Jacq.) merupakan tanaman perkebunan utama di Indonesia. Kelapa sawit menjadi komoditas penting dikarenakan mampu memiliki rendemen tertinggi dibandingkan minyak nabati lainnya yaitu dapat menghasilkan 5,5-7,3 ton CPO/ha/tahun (PPKS, 2013). Berdasarkan data dari Buku Statistik Perkebunan Indonesia (Ditjen Perkebunan, 2014-2016), produksi kelapa sawit Indonesia di tahun 2015 tercatat sebesar 31,28 juta ton. Produksi ini berasal dari 11,3 juta ha luas areal perkebunan kelapa sawit dimana 50,77% diantaranya diusahakan oleh Perusahaan Besar Swasta (PBS), 37,45% diusahakan oleh Perkebunan Rakyat (PR) dan sisanya diusahakan oleh Perkebunan Besar Milik Negara (PBN).

Melimpahnya produksi kelapa sawit yang dihasilkan oleh perkebunan di Indonesia, menempatkan Indonesia menjadi salah satu kekuatan besar pengekspor minyak kelapa sawit di dunia. Total ekspor minyak kelapa sawit Indonesia selama enam tahun terakhir cenderung mengalami peningkatan berkisar antara 0,08 sampai dengan 16,06 persen per tahun. Namun demikian, bila dilihat dari segi nilai, nilai ekspor minyak sawit Indonesia terlihat mengalami fluktuasi.

Hal ini dikarenakan naik turunnya harga minyak sawit dunia dimana tahun 2011 menjadi tahun emas kenaikan harga minyak sawit dunia diantara rentang waktu tahun 2010 - 2015. Pada tahun 2010, total volume ekspor Indonesia mencapai 17,86 juta ton dengan total nilai sebesar US\$ 15,20 milyar. Kemudian tahun 2015, volume ekspor tersebut meningkat menjadi 28,29 juta ton dengan total nilai sebesar US\$ 16,95 milyar.

Minyak goreng merupakan salah satu bahan makanan yang banyak digunakan untuk kehidupan sehari-hari. Minyak goreng digunakan sebagai media menggoreng yang bertujuan untuk menjadikan makanan gurih dan renyah, meningkatkan cita rasa, perbaikan tekstur dan pembawa rasa. Industri minyak goreng sawit di Indonesia menjadi dua, yaitu minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan bermerek. Minyak goreng curah merupakan minyak goreng yang dijual ke pasar tanpa menggunakan merek dan label produk yang biasanya ditempatkan di dalam jerigen besar atau drum lalu dijual kepada konsumen secara eceran.

Minyak goreng kemasan bermerek adalah minyak goreng yang ditawarkan ke pasar dengan menggunakan kemasan, merek, dan label produk. Peralihan pola konsumsi masyarakat dari minyak goreng curah ke minyak goreng bermerek pun semakin besar. Minyak goreng yang dikemas dalam botol atau plastik dianggap lebih bersih dan higienis oleh masyarakat daripada minyak goreng yang dijual eceran oleh pedagang keliling yang ditempatkan di dalam jerigen dan drum. Hal ini semakin membuka lebar peluang pasar bagi industri minyak goreng bermerek. Selain itu, minyak goreng merupakan bahan pokok kebutuhan sehari-hari sehingga hampir seluruh masyarakat Indonesia mengkonsumsinya.

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan yang mengolah kelapa sawit menjadi minyak goreng, salah satunya adalah Grup Indofood dengan merek dagang minyak goreng "Bimoli" di bawah bendera PT. Salim Ivomas Pratama Tbk yang di produksi sejak tahun 1970-an dengan slogan "Kesempurnaan Minyak Goreng". Minyak goreng Bimoli berusaha menyajikan kualitas minyak terbaik dengan melakukan proses pengolahan enam tahap, mulai dari penghilangan getah, penjernihan warna minyak, penghilangan asam lemak bebas, pemurnian aroma, pembentukan fraksi padat sampai pemisahan fraksi padat dan minyak.

Termasuk juga mempunyai kandungan Omega 9 yang berfungsi menjaga kadar normal kolesterol. Minyak goreng Bimoli terus menjaga kualitas produknya agar mendapat kepercayaan dari masyarakat akan mutu dan kualitasnya. Minyak goreng Bimoli pernah meraih *platinum best brand award* untuk kategori minyak goreng. Penghargaan itu diberikan

berdasarkan survey yang dilakukan oleh majalah SWA sembada dan MARS- *marketing research* dengan melibatkan 4.100 responden di lima kota besar di Indonesia. Meskipun harga minyak goreng Bimoli lebih mahal dari minyak goreng kemasan bermerek yang lain, minyak goreng Bimoli tetap memiliki konsumennya sendiri dalam lapisan masyarakat. Sehingga meskipun harganya lebih mahal, minyak goreng Bimoli tetap di minati dan dibeli oleh konsumen.

Adapun maksud dari penelitian yang dilakukan penulis yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih merek Minyak Goreng Bimoli (Studi Kasus : Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Kecamatan Medan Deli, Kota Medan).

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen minyak goreng kemasan merek Bimoli?
2. Bagaimana proses keputusan pembelian minyak goreng Bimoli dilakukan oleh konsumen?
3. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng kemasan merek Bimoli?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen minyak goreng Bimoli.
2. Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng kemasan bermerek Bimoli.
3. Mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk minyak goreng kemasan bermerek Bimoli.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada :

1. Perusahaan, sebagai bahan masukan informasi khususnya untuk rencana pemasaran agar dapat mempertahankan dan memperluas pangsa pasar.
2. Akademis, sebagai tambahan informasi dan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.