

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran yang sangat penting terutama dalam hal penciptaan kesempatan kerja (Mahiri dkk, 2022). UMKM memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja baru, karena ukurannya yang relatif kecil, UMKM lebih fleksibel dalam menyerap tenaga kerja lokal dan memberikan peluang kerja bagi masyarakat setempat

Pelaku usaha yang ingin menjalankan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya di bidang agribisnis memiliki peluang yang besar, karena UMKM di bidang agribisnis adalah usaha yang bergerak di bidang pertanian, yang umumnya menjual input produksi, produksi pertanian, dan produk pengolahan hasil pertanian. UMKM di bidang agribisnis juga memiliki peluang untuk melakukan pengolahan hasil pertanian menjadi barang bernilai tambah, dengan mengolah bahan baku pertanian menjadi barang olahan atau barang siap saji, sehingga usaha ini memiliki peluang untuk bersaing di pasar (Pusfitaningrum dkk, 2021).

Salah satu UMKM agribisnis yaitu UMKM di bidang kuliner, saat ini UMKM kuliner sedang marak-maraknya menawarkan berbagai macam makanan

dengan berbagai inovasi yang mampu mengambil hati para konsumen dan sudah tidak diragukan lagi mampu bersaing di pasar, karena masyarakat Indonesia sendiri adalah mayoritas penggemar kuliner makanan. Konsumen juga dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk-produk dan dari berbagai macam produk memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, apalagi saat ini konsumen sangat pintar, cermat dan hati-hati dalam menentukan pilihannya sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Kurniawati dkk, 2014).

Beberapa tahun terakhir, jumlah usaha mikro kecil dan menengah di Kota Makassar memiliki tingkat pertumbuhan yang relatif tinggi. Berikut data jumlah UMKM di Kota Makassar tahun 2019-2021 yang tersebar di 15 kecamatan :

Tabel 1. Data Jumlah UMKM di Kota Makassar Tahun 2019-2021.

No.	Kecamatan	Jumlah (Unit)
1.	Wajo	160
2.	Ujung Tanah	207
3.	Ujung Pandang	415
4.	Tamalate	668
5.	Tamalanrea	150
6.	Tallo	429
7.	Rappocini	551
8.	Panakkukang	355
9.	Mariso	242
10.	Manggala	1.199
11.	Mamajang	305
12.	Makassar	256
13.	Sangkarrang	86
14.	Bontoala	139
15.	Biringkanaya	225
Jumlah		5.387

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar, 2022.

Berdasarkan Tabel 1, jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar dari tahun 2019-2021 sebanyak 5.387 yang tersebar di 15 kecamatan. UMKM di Kota Makassar saat ini dalam kondisi persaingan yang semakin ketat dengan berbagai macam produk yang ditawarkan di pasar yang memiliki kualitas dan inovasi yang beragam. Makanan ringan dan segar yang memiliki banyak kandungan gizi saat ini menjadi makanan yang selalu dicari dari kalangan muda hingga dewasa. Hal ini memberikan peluang bagi pelaku usaha makanan ringan seperti produk yang berbahan dasar buah yang dikenal dengan sebutan salad buah. Salad buah merupakan makanan segar yang terbuat dari potongan berbagai macam buah-buahan yang dibaluri dengan sirup, mayones ataupun yogurt dan ditaburi parutan keju sebagai topingnya yang dapat disajikan dalam keadaan dingin.

Queen Fruits merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Makassar yang menyediakan produk-produk kuliner berbahan dasar buah-buahan, salah satunya yaitu salad buah yang merupakan campuran buah-buahan dengan yogurt, manoyanes dan keju. Queen Fruits sendiri sudah dikenal sejak tahun 2017 hingga sekarang dan telah memiliki 15 cabang di Kota Makassar, salah satu cabang Queen Fruits yaitu berada di jalan Perintis Kemerdekaan No. 244, PAI, Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar.

Banyaknya pesaing UMKM di bidang kuliner yang bermunculan di Kota Makassar, membuat Queen Fruits berusaha untuk tetap eksis agar dapat bertahan dalam bisnisnya tersebut, maka Queen Fruits melakukan cara seperti melakukan berbagai inovasi baru dan mengembangkan usaha untuk memperoleh laba optimal

serta dapat memperkuat citra merek dalam menghadapi persaingan. Konsumen akan selalu menuntut produk yang aman, berkualitas, praktis untuk dikonsumsi, rasa dan warna serta harga yang sesuai. Queen Fruits terus berusaha untuk meningkatkan minat beli dan loyalitas konsumennya sehingga dapat terus berkembang, meningkatkan nilai penjualan, mempertahankan posisinya dari ancaman para pesaing dan juga untuk meningkatkan pendapatan serta mempertahankan konsumennya dengan mengembangkan kualitas produk, mempertahankan citra baik mereknya dan menyesuaikan harga sesuai kualitas produk yang disediakan untuk konsumen.

Konsumen selalu mempertimbangkan faktor-faktor yang ada seperti kualitas produk, citra merek dan harga untuk membangkitkan minat beli dalam diri konsumen, adanya minat beli pada konsumen dapat membuat konsumen loyal terhadap merek produk. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Suatu produk yang berkualitas bagus dan terpercaya akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Konsumen akan semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, perusahaan akan kehilangan konsumen potensialnya (Jackson, 2013).

Citra merek adalah penilaian yang muncul di hati konsumen ketika mencari suatu produk tertentu, citra merek tidak sekedar sebagai penilaian konsumen namun juga sebagai kekuatan dalam meningkatkan minat pembeli pada suatu produk (Syafitri dkk, 2021). Citra merek juga merupakan salah satu faktor terpenting yang harus diperhatikan dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Konsumen selalu mengandalkan citra dari suatu merek dalam memutuskan untuk melakukan pembelian merek dari produk tertentu (Ngabiso dkk, 2021). Harga merupakan salah satu faktor yang melatar belakangi perilaku konsumen. Persepsi konsumen akan harga yang telah dibebankan oleh perusahaan dapat menentukan minat beli. Semakin tinggi harga yang ditawarkan maka semakin rendah minat untuk membeli. Harga yang ditawarkan rendah maka semakin besar minat konsumen dalam melakukan pembelian (Anggraeni dan Soliha, 2020).

Queen Fruits digunakan sebagai objek penelitian ini karena Queen Fruits merupakan salah satu usaha kuliner yang menyediakan salad buah di Makassar dengan citra merek yang telah dikenal banyak orang. Penelitian ini diperlukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap minat beli dan loyalitas konsumen Queen Fruits.

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, diangkat tema penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Dan Loyalitas Konsumen Salad Buah Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Konsumen Queen Fruits)”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja jenis produk dan berapa harga produk salad buah Queen Fruits?
2. Berapa volume produk yang diproduksi dan volume penjualan produk salad buah Queen Fruits?

3. Bagaimana tingkat kualitas produk, citra merek, harga, minat beli, dan loyalitas konsumen pada produk salad buah Queen Fruits?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap minat beli?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap loyalitas konsumen?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek, harga dan minat beli konsumen terhadap loyalitas konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

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

1. Mendeskripsikan jenis produk dan harga produk salad buah Queen Fruits.
2. Mendeskripsikan besar volume produk yang diproduksi dan volume penjualan produk salad buah Queen Fruits.
3. Menganalisis tingkat kualitas produk, citra merek, harga, minat beli, dan loyalitas konsumen pada produk salad buah Queen Fruits.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap minat beli.
5. Menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga, terhadap loyalitas konsumen.
6. Menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, harga, dan minat beli terhadap loyalitas konsumen.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Bisnis

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai pedoman bagi pemilik usaha Queen Fruits untuk mengembangkan usahanya dalam kualitas produk, citra merek dan harga.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas literatur bagi para peneliti dan akademis serta dapat memperluas pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, citra merek, harga, minat beli dan loyalitas konsumen.