

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan keanekaragaman hayati yang sangat melimpah jumlahnya, baik keanekaragaman hayati di daratan dan di air. Potensi keragaman kekayaan hayati di Indonesia sangat mencukupi untuk menjadi sumber makanan penduduk negeri sendiri, apabila dikelola dengan baik. Bahkan tidak berlebihan jika dikatakan dapat memasok kebutuhan bahan makanan bagi negara lain di dunia (Gunawan dkk, 2020).

Perkembangan bisnis di era globalisasi saat ini membuka banyak peluang sekaligus tantangan baru, terutama dalam industri makanan dan minuman. Industri ini berperan penting karena menyediakan kebutuhan pokok manusia. Semakin banyak perusahaan manufaktur bermunculan, menawarkan produk yang berfokus pada aspek kesehatan. Fenomena ini terjadi karena masyarakat Indonesia semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan tubuh dan kesehatan jangka panjang. Oleh karena itu, produk kesehatan mendapat sambutan positif, karena masyarakat membutuhkan solusi untuk melindungi tubuh dari berbagai penyakit (Afidah & Rohyani, 2024)

Susu merupakan bahan makanan yang mengandung gizi yang tinggi dan mempunyai peran penting untuk kesehatan dan pertumbuhan manusia. Susu sapi perah merupakan cairan putih yang disekresikan oleh kelenjar *mamae* oleh sapi perah betina dan memiliki kandungan nutrisi alami yaitu air, lemak, protein, laktosa, vitamin dan enzim. Konsumsi susu secara teratur dapat mengurangi risiko

stroke, penyakit jantung dan tekanan darah tinggi, serta melindungi dari kerusakan otot (Afista & Hidayatulloh, 2020)

Susu murni adalah cairan yang berasal dari hasil pemerahan dari sapi yang kandungannya alaminya tidak dikurangi atau ditambah suatu apapun dan belum mendapat perlakuan apapun. Susu merupakan sumber energi karena mengandung banyak laktosa dan lemak, disebut juga sumber zat pembangun karena mengandung juga banyak protein dan mineral serta berbagai bahan-bahan pembantu dalam proses metabolisme seperti mineral dan vitamin (Pradita dkk, 2021).

Berdasarkan data BPS tahun 2023, total produksi susu sapi perah di Sulawesi Selatan mencapai 1.166.792,37 kg. Kabupaten Enrekang menjadi penyumbang terbesar dengan produksi sebesar 956.803,61 kg, diikuti oleh Kabupaten Gowa dengan 154.265,40 kg. Kabupaten Sinjai dan Pinrang memiliki tingkat produksi yang hampir sama, yaitu masing-masing 22.014,95 kg. Sementara itu, Kota Makassar memiliki tingkat produksi terendah dibandingkan daerah lain, yaitu 1.693,46 kg. Meskipun jumlah produksinya lebih kecil, Kota Makassar tetap memiliki peluang dalam pengembangan industri susu, baik dalam aspek distribusi maupun pengolahan produk susu sapi perah.

Table 1. Jumlah Produksi Susu Sapi Perah Berdasarkan Kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan, Tahun 2023.

No.	Kabupaten/Kota	Produksi Susu Sapi Perah (Kg)
1.	Gowa	154.265,40
2.	Sinjai	22.014,95
3.	Pinrang	22.014,95
4.	Enrekang	956.803,61
5.	Makassar	1.693,46
Total		1.166.792,37

Sumber: BPS Sulawesi Selatan, 2023

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan gaya hidup sebagai cara hidup seseorang yang tercermin dalam tindakan, minat dan pendapatnya. Menurut Suryaningtiyas & Kurniawati (2022) gaya hidup adalah cara hidup yang dapat diidentifikasi dari cara seseorang menghabiskan sebagian besar waktunya, apa yang diminatinya dan cara berpikirnya terhadap dunia di sekitarnya, termasuk dirinya sendiri.

Gaya hidup di Indonesia dianggap sebagai bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup seseorang juga bisa dilihat dari apa yang disenangi dan disukainya. Seiring berkembangnya zaman, kehidupan masyarakat kota pada saat ini mengalami perubahan gaya hidup (*lifestyle*) (Navila & Ambardi, 2023).

Pembentukan gaya hidup dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama, yakni psikografis dan demografis. Faktor demografis, seperti pendidikan, usia, jenis kelamin, dan pendapatan adalah contoh yang dapat diidentifikasi berdasarkan data demografis. Sementara itu, faktor psikografis memiliki tingkat kompleksitas yang lebih tinggi pada karakteristik konsumen dalam membentuk gaya hidup mereka (Pulungan, 2018).

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan, meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk (Nurhayati & Hendar, 2020). Pengetahuan produk memiliki peranan penting dalam perilaku konsumen, karena perbedaan tingkat Pengetahuan suatu produk membuat

konsumen bertindak berbeda pula. Proses pengambilan keputusan dan strategi konsumen dengan pengetahuan produk yang lebih tinggi akan berbeda dari konsumen yang kurang pengetahuan (Halim & Herdinata, 2017).

Persepsi harga adalah cara konsumen melihat apakah harga produk tersebut setara dengan nilai yang mereka berikan pada produk dan apakah harga tersebut sesuai dengan kemampuan keuangan mereka untuk membeli produk tersebut (Peter dan Olson, 2014). Jika konsumen merasa bahwa harga jual yang ditetapkan adalah wajar, maka produk akan diminati, tetapi jika harga jual tidak diterima oleh konsumen, maka perlu ada evaluasi terhadap kebijakan harga jual yang digunakan (Arsa & Cahyaningratri, 2022).

Persepsi harga dapat menjadi faktor penentu utama dalam keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau layanan. Konsumen akan selalu mempertimbangkan harga produk saat membuat keputusan pembelian, dan mereka akan memilih produk yang biayanya paling sesuai dengan kemampuan mereka, sehingga teori ini memiliki beberapa landasan dalam kenyataan. Orang mendasarkan keputusan pembelian mereka pada harga. Keputusan pembelian didasarkan pada apakah penerima mampu membuat penilaian sesuai dengan keinginan pengirimnya (Talumantak, 2023).

Keputusan pembelian ialah kegiatan penentuan untuk memilih alternatif yang dianggap sebagai tindakan yang tepat untuk mengambil suatu putusan dalam membeli suatu produk (Zahroh, 2020). Uniknya dalam keputusan pembelian konsumen karena keputusan pembelian produk sendiri bersifat dinamis. Tingkat keputusan pembelian seseorang terhadap sebuah produk atau jasa selalu berubah-

ubah dari waktu ke waktu. Kebutuhan dan keinginan serta harapan tidak lagi sama dengan hari-hari sebelumnya, keputusan pembelian suatu produk konsumen selalu bergerak naik turun, tergantung dari kondisi internal dan eksternal yang melingkupi pelanggan itu sendiri sementara harga telah menjadi salah satu faktor yang cukup penting mempengaruhi keputusan pembelian produk konsumen, konsumen akan memilih produk yang ditawarkan yang menurutnya sesuai dengan nilai dan kualitas dari produk atau jasa serta konsumen memperoleh kepuasan dari produk atau jasa tersebut (Indriyanto & Hutaeruk, 2023).

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang penting bagi kemajuan dan perkembangan bisnis perusahaan, dikarenakan dengan semakin tinggi konsumen ingin membeli sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, maka akan menyebabkan semakin tinggi pula peluang perusahaan tersebut untuk mendapatkan profit dan pelanggan (Gunawan & Susanti, 2019)

Keberadaan CV Rumah Dangke sebagai salah satu perusahaan *home industry* yang turut berkontribusi dalam menyediakan produk olahan susu berkualitas. Perusahaan ini memproduksi susu sapi murni dengan merek dagang *Lomilk*, yang bahan bakunya disuplai langsung dari peternakan di Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Proses pasteurisasi dilakukan tanpa menambahkan bahan pengawet, sehingga menghasilkan produk minuman yang tidak hanya lezat tetapi juga aman untuk dikonsumsi. Susu *Lomilk* ini merupakan salah satu inovasi yang diciptakan untuk mendukung gaya hidup sehat, karena mengandung nutrisi yang baik bagi kesehatan tubuh. Dengan berbagai varian rasa yang kekinian, produk ini berhasil menarik minat berbagai kalangan, khususnya generasi muda. Perusahaan yang

berlokasi di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan ini tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada pengembangan usaha lokal berbasis potensi daerah.

Berdasarkan pemaparan di atas, sehingga penulis tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh gaya hidup, pengetahuan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian susu sapi olahan. Untuk itu peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Pengetahuan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Sapi Olahan (Studi Kasus pada CV. Rumah Dangke di Kelurahan Tamalanrea Indah Kecamatan Tamalanrea)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar ?
2. Apa saja varian produk, harga dan volume produksi perbulan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar ?
3. Berapa volume penjualan dan pendapatan produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar ?
4. Bagaimana tingkat gaya hidup, pengetahuan dan persepsi harga terhadap produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar ?
5. Bagaimana tingkat keputusan pembelian produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar ?

6. Apakah ada pengaruh gaya hidup, pengetahuan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan proses produksi susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar.
2. Mengidentifikasi varian produk, harga dan volume produksi perbulan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar.
3. Mengidentifikasi volume penjualan dan menganalisis pendapatan produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar.
4. Menganalisis tingkat gaya hidup, pengetahuan dan persepsi harga produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar.
5. Menganalisis tingkat keputusan pembelian produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar
6. Menganalisis pengaruh gaya hidup, pengetahuan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan informasi mengenai pengaruh gaya hidup, pengetahuan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk susu sapi olahan

1.4.2 Kegunaan Praktis

Setiap penelitian di harapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang secara langsung terkait di dalamnya. Adapun manfaat penlitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat sebagai sarana pengembangan wawasan dan penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa studi dan dapat menjadi referensi atau landasan awal bagi penelitian lanjutan yang ingin mengkaji variabel-variabel serupa dalam konteks industri pangan atau produk olahan lainnya.
2. Bagi pihak perusahaan, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen dalam memahami perilaku konsumen, khususnya terkait gaya hidup, tingkat pengetahuan konsumen terhadap produk, dan persepsi harga.

Bagi pemerintah, penelitian ini dapat memberikan gambaran bagi pemerintah, khususnya instansi yang bergerak di bidang pertanian dan industri olahan susu, mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dan dapat dijadikan dasar dalam merumuskan kebijakan atau program yang mendorong pengembangan UMKM lokal, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi produk lokal yang berkualitas.