

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Garam berperan penting dalam kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan rumah tangga maupun industri. Sebagai bahan pokok, garam digunakan dalam berbagai bidang seperti makanan, pertanian, dan farmasi. Namun, meskipun Indonesia dikenal sebagai negara maritim dengan potensi produksi garam yang melimpah, permasalahan dalam sektor pergaraman masih sering terjadi. Salah satu masalah utama adalah kualitas garam lokal yang belum sepenuhnya memenuhi standar kebutuhan pasar dan industri (Fitri, 2018). Dalam kehidupan sehari-hari, garam tidak hanya berfungsi sebagai penyedap rasa, tetapi juga bermanfaat bagi kesehatan, terutama dalam mencegah penyakit akibat kekurangan yodium. Penting untuk masyarakat dalam memilih garam berkualitas serta aman dikonsumsi, dengan memperhatikan kandungan serta informasi yang tercantum pada label produk (Hoiriyah, 2019).

Berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 serta Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), produksi garam yang dilakukan oleh masyarakat di Indonesia masih terus dihadapkan pada berbagai masalah, dengan fokus utama pada aspek kualitasnya. Banyak garam lokal yang belum memenuhi standar nasional terkait kadar NaCl, kebersihan, dan kandungan mineral lain seperti magnesium dan kalsium. Rendahnya kadar NaCl serta tingginya kandungan mineral tersebut menyebabkan mutu garam lokal belum stabil dan tidak sepenuhnya sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI). Kondisi ini berdampak pada kualitas produk olahan pangan, di mana sekitar 60% produk makanan dan minuman dilaporkan mengalami penurunan mutu akibat penggunaan garam yang tidak memenuhi standar. Selain itu, kemasan garam umumnya masih sederhana dan minim informasi label, sehingga terlihat kurang menarik dan mengurangi tingkat kepercayaan konsumen, terutama jika dibandingkan dengan garam impor yang memiliki kemasan lebih informatif dan kualitas yang lebih konsisten (Alsuhendra dan Ridawati, 2017).

Garam Cap Kapal merupakan salah satu merek garam konsumsi yang memiliki tingkat pengenalan dan penggunaan yang tinggi di Indonesia, khususnya di wilayah Jawa Timur dan Madura. Dominasi merek ini tercermin dari pencapaiannya sebagai *top brand* pada kategori garam konsumsi, yang menunjukkan tingginya *brand awareness* dan kepercayaan konsumen dibandingkan merek garam lainnya. Selain itu, Garam Cap Kapal menarik untuk

diteliti dari aspek harga, kualitas produk, dan kemasan karena masih terdapat produk garam konsumsi yang beredar di pasaran dengan informasi kemasan yang kurang lengkap dan tampilan visual yang belum optimal. Kondisi tersebut dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap mutu produk serta tingkat kepuasan setelah penggunaan, sehingga aspek kemasan dan kualitas menjadi penting untuk dianalisis secara lebih mendalam (Susanti *et al.*, 2021). Penelitian sebelumnya oleh (Yulianingsih dan Adinugroho, 2022) menunjukkan bahwa label kemasan yang jelas dan menarik mampu memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk pangan. Namun, kajian akademik mengenai garam kemasan, termasuk Garam Cap Kapal, masih relatif terbatas, padahal produk ini memiliki potensi besar untuk dikaji dari perspektif pemasaran dan kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode *structural equation modeling* dengan pendekatan *partial least squares* (SEM-PLS). SEM-PLS merupakan salah satu teknik pemodelan persamaan struktural berbasis varians yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) dengan indikator-indikator pengukurnya, serta untuk menguji hubungan sebab akibat antar variabel dalam suatu model penelitian (Pering, 2021). Alasan pemilihan metode SEM-PLS dalam penelitian ini didasarkan pada kemampuannya dalam menganalisis hubungan yang kompleks antar variabel secara simultan. Metode ini dinilai sesuai karena mampu menangani model penelitian dengan jumlah variabel dan indikator yang relatif banyak, serta tidak mengharuskan data berdistribusi normal, suatu kondisi yang sering kali sulit dipenuhi dalam penelitian berbasis survei konsumen.

Metode ini juga dinilai efisien untuk penelitian dengan jumlah sampel kecil hingga menengah, sehingga sangat cocok dengan penelitian tanpa menggunakan responden dengan jumlah besar. Berbeda dari pendekatan berbasis kovarians (CB-SEM) yang lebih cocok untuk pengujian teori dengan sampel besar, SEM-PLS lebih difokuskan pada aspek prediktif dan pengembangan model konseptual baru (Hair *et al.*, 2017). Dalam kaitannya dengan penelitian ini, yang bertujuan menilai sejauh mana harga, mutu produk, serta kemasan mempengaruhi kepuasan konsumen, metode SEM-PLS memberikan kemampuan bagi peneliti untuk menguji baik hubungan langsung maupun hubungan tidak langsung antar variabel dengan ketelitian yang cukup tinggi. Selain itu, SEM-PLS mendukung pengujian validitas konstruk dan reliabilitas indikator secara menyeluruh, bahkan ketika data belum sepenuhnya memenuhi kriteria statistik seperti normalitas atau bebas

multikolinearitas (Ghozali dan Latan, 2015). Dengan berbagai keunggulan tersebut, SEM-PLS dianggap sebagai metode yang paling relevan dalam menganalisis model kausalitas.

Pemilihan variabel harga, kualitas produk, dan kemasan sebagai variabel independen, serta kepuasan konsumen sebagai variabel dependen, didasarkan pada relevansinya dengan memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk kebutuhan pokok seperti garam. Harga dianggap sebagai faktor utama karena konsumen cenderung menilai kewajaran harga berdasarkan manfaat yang diterima. Kualitas produk, seperti kebersihan, kadar yodium, dan kemasan higienis, sangat menentukan kepuasan pasca pembelian (Tjiptono, 2019). Sementara itu, label kemasan berfungsi sebagai sarana informasi yang meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen, terutama jika mencantumkan informasi penting seperti izin edar, logo halal, dan masa kedaluwarsa (Yulianingsih dan Adinugroho, 2022). Kepuasan konsumen dipilih karena merupakan indikator penting untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran dan keberhasilan produk di pasar. Melalui pengintegrasian ketiga variabel tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menyajikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap Garam Cap Kapal.

Penelitian terdahulu pada produk pangan telah menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kemasan merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumen. Sebagai contoh, studi terhadap beras BULOG SPHP di Surabaya menemukan bahwa harga, kualitas produk, citra merek, dan kemasan secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian konsumen, menggunakan pendekatan SEM-PLS yang sejalan dengan metodologi penelitian ini (Lestari *et al.*, 2024). Selain itu, penelitian pada produk sayuran organik CV Tani Organik Merapi Pakem Sleman menunjukkan bahwa persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen serta minat beli ulang (Marwanto dan Kurniawan, 2025). Temuan-temuan tersebut menguatkan urgensi untuk mengkaji variabel yang sama pada produk pangan lain seperti garam, khususnya dalam konteks Garam Cap Kapal, yang juga dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas produk, dan kemasan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan kemasan terhadap kepuasan konsumen Garam Cap Kapal.

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh harga, kualitas produk, dan kemasan terhadap kepuasan konsumen Garam Cap Kapal.

1.4 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh harga, kualitas produk, dan kemasan terhadap kepuasan konsumen Garam Cap Kapal.
2. Objek penelitian dibatasi pada produk Garam Cap Kapal tanpa melibatkan merek garam lain.
3. Kemasan mencakup tampilan dan informasi label pada seluruh ukuran kemasan Garam Cap Kapal.
4. Responden penelitian ini dibatasi hanya 80 responden dan merupakan konsumen yang pernah menggunakan/memanfaatkan Garam Cap Kapal.
5. Batasan responden merupakan laki-laki maupun perempuan dengan rentang usia antara 18-40 tahun.
6. Domisili responden dibatasi pada wilayah Madura, meliputi Kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi secara konseptual dan praktis. Secara konseptual, hasil penelitian memperkaya kajian pemasaran terkait pengaruh harga, kualitas produk, dan kemasan terhadap kepuasan konsumen. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi produsen Garam Cap Kapal dalam meningkatkan strategi harga, mutu produk, dan informasi kemasan, serta menjadi referensi bagi konsumen dan penelitian selanjutnya.