

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penelitian dari Salari, dkk (2021) menyatakan bahwa terdapat 18,3% (95% CI 16,2 – 20,7) penderita osteoporosis di dunia dengan penderita perempuan sebanyak 23,1% (95% CI 19,8 – 26,9) dan laki-laki sebanyak 11,7% (95% CI 9,6 – 14,1). Penelitian Prihartini, S. dkk (2010) di tiga provinsi di Indonesia melaporkan bahwa terdapat risiko osteoporosis sebanyak 22,3% dan osteopenia 32,7% pada masyarakat dengan usia antara 25 sampai 70 tahun. Risiko osteoporosis perempuan yang berusia diatas 65 tahun lebih banyak daripada laki-laki yaitu dengan prevalensi 64,3% dan 48,6%. Kecukupan zat gizi merupakan salah satu faktor terjadinya osteoporosis. Risiko osteoporosis bagi orang dengan asupan kalsium kurang dari 70% dari AKG lebih tinggi daripada orang dengan asupan kalsium lebih dari 70%. Kecukupan AKG perempuan remaja menurut Widya Pangan dan Gizi (2004) adalah sebanyak 1200 mg.

Remaja berada pada masa pertumbuhan sehingga penyerapan kalsium dalam tubuh lebih tinggi (Gibson, 2005). Penelitian Desrida, D., Afriwardi, A., dan Kadri, H. (2018) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara asupan kalsium dengan tingkat densitas tulang pada remaja putri. Persentase tingkat densitas tulang abnormal pada remaja putri yang kekurangan asupan kalsium kurang lebih banyak (87,2%) dibandingkan dengan remaja putri yang asupan kalsiumnya cukup (11,4%). Remaja putri yang kekurangan asupan kalsium berisiko lebih besar yaitu 52,7 kali untuk memiliki densitas tulang abnormal dibandingkan dengan remaja putri yang asupan kalsiumnya terpenuhi.

Inovasi produk pangan diperlukan supaya remaja memenuhi kebutuhan kalsiumnya. Contoh inovasi produk pangan tinggi kalsium adalah produk *cookies* dengan substitusi tepung tempe dan tepung teri yang memiliki taraf perlakuan terbaik substitusi tepung tempe 5% dan tepung ikan teri 10%. Taraf perlakuan terbaik ditetapkan berdasarkan hasil uji kesukaan panelis dan nilai gizinya. Kandungan kalsium pada *cookies* dengan komposisi tepung terigu 80%, tepung tempe 5%, dan tepung teri 10% adalah 48,11%. Kandungan kalsium dalam *cookies* tersebut memenuhi AKG kalsium untuk remaja yaitu 1000 mg (Rahmawati, H. dan Rustanti, N., 2013).

Promosi merupakan tahap awal pemasaran untuk mengenalkan produk pada calon konsumen. Penelitian Togoldy, E., Tarore, H. S., dan Tumbel, T. H. (2018) menyatakan bahwa promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan pada perusahaan sepeda motor. Penelitian Rohaeni, H. (2016) menunjukkan data pembelian konsumen melebihi target ketika dilakukan promosi secara personal selling sehingga promosi yang dilakukan berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Terdapat peluang untuk menjual barang maupun jasa melalui media online. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo, 2018) sebanyak 45% masyarakat mencari barang atau jasa secara online dan 40% melakukan pembelian secara online.

Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJI, 2019) jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan. Tahun 2016 diketahui terdapat 132,7 juta orang menggunakan internet, pada tahun 2017 meningkat hingga 143,2 juta orang, dan 171,1 juta orang pada 2018. Jumlah pengguna internet tersebut 51,43% diantaranya berjenis kelamin laki-laki dan 48,57% lainnya perempuan. Pengguna internet terbanyak berada di Pulau Jawa dengan jumlah sebanyak 58,08%. Survei APJI pada tahun 2024 mendapatkan hasil jumlah pengguna internet tahun 2024 sebanyak 221 juta orang. Jumlah ini meningkat 1,31% dari tahun 2023. Jumlah pengguna perempuan di tahun 2024 meningkat hingga 49,1% dibandingkan data tahun 2019.

Hasil penelitian Isnaini (2023) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen pada Mie Semeru Lumajang berhubungan secara signifikan dengan harga, kualitas, dan promosi. Hal ini sejalan dengan penelitian Kurniawan dkk (2023) yang menyatakan bahwa harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman di NTB Mall, tetapi keputusan pembelian tidak dipengaruhi oleh inovasi produk. Pramudiana (2022) menyatakan bahwa harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, tetapi kualitas barang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis promosi penjualan secara *online* meliputi harga jual, kualitas promosi, dan kuantitas promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh promosi penjualan secara *online* terhadap keputusan membeli sempol ikan gabus (*Channa striata*) substitusi tepung tulang ikan gabus sebagai sumber kalsium untuk pencegahan osteoporosis pada perempuan?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum

Menganalisis pengaruh promosi penjualan secara *online* terhadap keputusan membeli sempol ikan gabus (*Channa striata*) substitusi tepung tulang ikan gabus sebagai sumber kalsium untuk pencegahan osteoporosis pada perempuan.

2. Tujuan khusus

- a. Menganalisis promosi penjualan secara *online* produk sempol ikan gabus (*Channa striata*) substitusi tepung tulang ikan gabus sebagai sumber kalsium untuk pencegahan osteoporosis pada perempuan.
- b. Menganalisis keputusan membeli produk sempol ikan gabus (*Channa striata*) substitusi tepung tulang ikan gabus sebagai sumber kalsium untuk pencegahan osteoporosis pada perempuan.
- c. Menganalisis pengaruh promosi penjualan secara *online* terhadap keputusan membeli sempol ikan gabus (*Channa striata*) substitusi tepung tulang ikan gabus sebagai sumber kalsium untuk pencegahan osteoporosis pada perempuan.

D. Manfaat

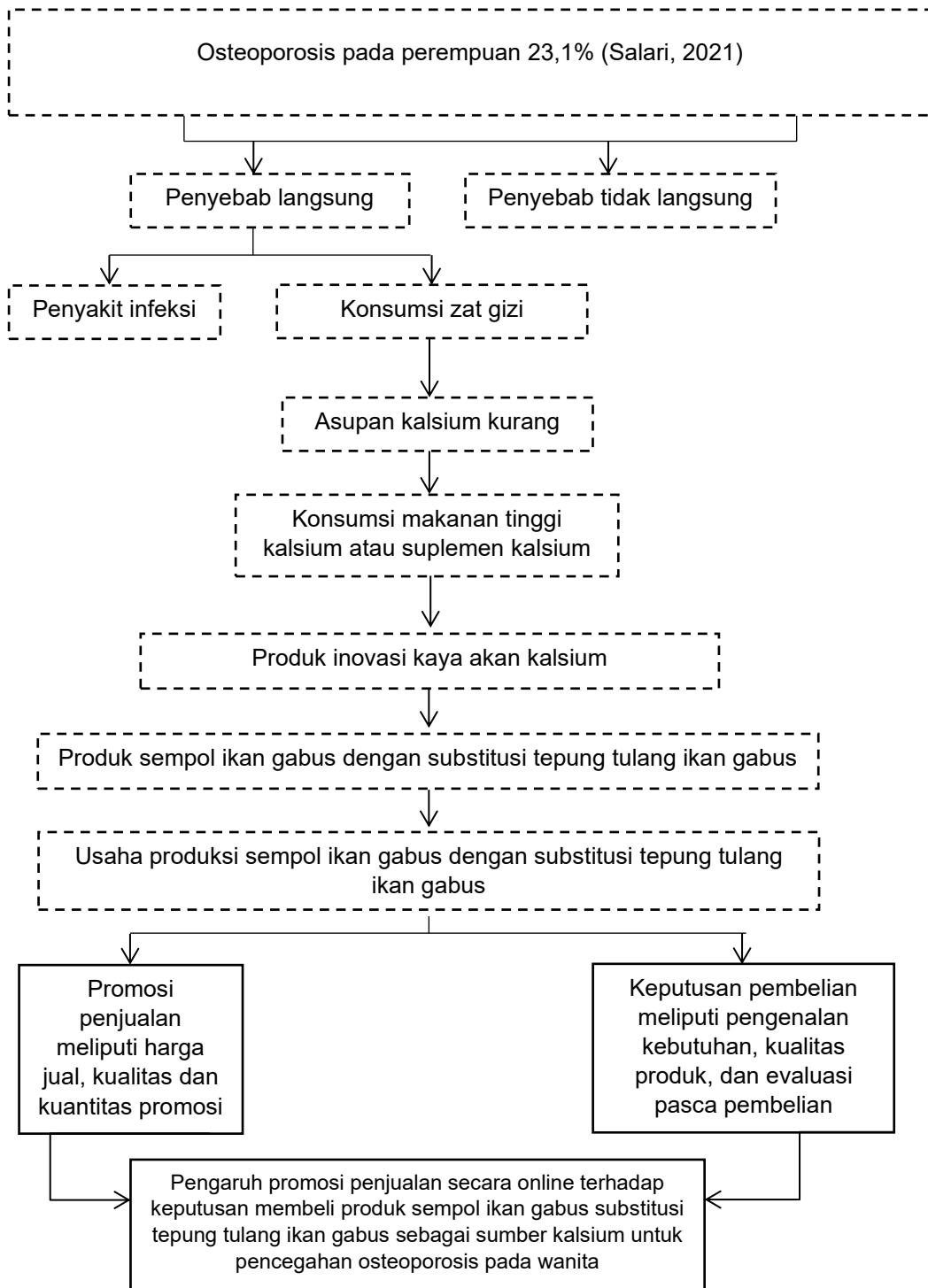
1. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para pembaca tentang pengaruh promosi penjualan secara *online* terhadap keputusan membeli sempol ikan gabus (*Channa striata*) substitusi tepung tulang ikan gabus sebagai sumber kalsium untuk pencegahan osteoporosis pada perempuan.

2. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam penyusunan, kajian pustaka, dan sumber literatur penelitian baru.

E. Kerangka Konsep



Keterangan:

= Variabel yang diteliti

= Variabel yang tidak diteliti