

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, dunia usaha berkembang begitu cepat dan akan berubah dalam beberapa tahun terakhir. Dampak globalisasi saat ini tidak lepas dari perubahan teknologi dan gaya hidup masyarakat yang menjadi salah satu contoh yaitu UMKM. Membuat pelanggan mempunyai berbagai pilihan juga alternatif barang dan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka, serta kebebasan untuk memilih apa yang mereka inginkan.

Berkaitan dengan pelanggan mengenai jumlah pilihan produk yang dibutuhkan selama periode waktu tertentu, serta pelanggan yang akan berencana untuk membeli produk tertentu. Saat membuat keputusan pembelian pembeli memiliki berbagai pilihan untuk dipertimbangkan termasuk harga, kualitas produk, merek, lokasi dan faktor lainnya. Akibatnya konsumen sering mengalami kesulitan dalam memilih produk, sehingga mereka harus mempertimbangkan pilihannya dengan cermat sebelum melakukan pembelian. Persyaratan, preferensi dan kualitas konsumen (budaya, sosial, pribadi dan psikologis) dapat berfungsi sebagai rangsangan internal, sedangkan pelanggan dapat mempengaruhi harga, kualitas produk, persepsi merek dan faktor lainnya melalui rangsangan eksternal (R. M. Sari & Prihartono, 2020).

UMKM Bintang Anugrah perlu melayani kepentingan pasar guna memuaskan pelanggan dan pasar di era globalisasi saat ini. Produk yang dapat mencapai tingkat kepuasan konsumen yang lebih baik akan mampu bersaing di pasar (Zulaicha & Irawati, 2016). Bagi pembeli untuk membuat keputusan untuk membeli barang yang akan memuaskan pelanggan, setiap bisnis harus memiliki kelebihan dan kekurangan (Agustina, 2020). Terdapat juga UMKM Kerupuk Cassava Bintang Anugrah bisa menjual produk yang dibuatnya untuk menghasilkan keuntungan jika sudah diproduksi. Untuk membangkitkan minat beli konsumen yang tinggi. UMKM Kerupuk Cassava Bintang Anugrah harus tampil dengan konsep yang inovatif. Oleh karena itu, memasarkan produk sangatlah penting (Sunyoto & Saksono, 2022).

Kerupuk cassava atau kerupuk singkong yang menjadi kategori jenis camilan yang populer di kalangan masyarakat dan makanan itu dibuat dari singkong lalu diubah menjadi camilan lezat. Kerupuk singkong ini menjadi makanan ringan yang menarik untuk di nikmati pada waktu santai di rumah maupun dalam perjalanan karena kemasannya yang simpel. Meskipun singkong dianggap sebagai makanan desa yang relatif murah, tetapi merupakan sumber makanan bertepung, sehingga hidangan dari singkong sama lezat dan bergizinya dengan makanan lainnya.

Saat ini persaingan harga usaha kerupuk sangat pesat dan juga banyak pesaing kerupuk lain yang harganya sangat mudah diminati oleh konsumen, sehingga keadaan ini menimbulkan pelaku bisnis dipembuatan kerupuk cassava pada UMKM Bintang Anugrah semakin ketat dengan

banyaknya para pesaing dari UMKM kerupuk lain. Suatu pembuat olahan kerupuk mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat adalah teknik yang memuaskan jika dilakukan dalam mengatasi persaingan dagang antar UMKM kerupuk. Harga merupakan faktor kunci dalam profitabilitas bisnis. Pengambilan keputusan konsumen berkorelasi terbalik dengan harga ketika harga tinggi, konsumen cenderung melakukan pembelian dan ketika harga rendah, konsumen cenderung melakukan pembelian semakin tinggi.

Dari beberapa sentra produksi hingga produksi kerupuk di Kota Mojokerto, salah satunya terdapat di Jln. Panderman Raya No.10 Wates, Kecamatan Magersari yang sebagian masyarakat membuat kerupuk dirumah, agar mencukupi kebutuhan hidup dan menjadi sentra pembuatan kerupuk di Kota Mojokerto. Usaha ini didirikan karena keinginan pemilik Ibu Arik Agustiani untuk membuka lapangan kerja untuk ibu rumah tangga di lingkungan rumahnya. Seiring meningkatnya persaingan UMKM kerupuk di Kota Mojokerto dan pelaku usaha kerupuk dirumahan, untuk menarik perhatian konsumen dan membujuk mereka untuk membeli kerupuk singkong. UMKM membuat kerupuk yang berbeda dengan menampilkan perkembangan produk kerupuk untuk menarik minat pelanggan memutuskan membeli produk kerupuk singkong.

Situasi saat ini telah menunjukkan bahwa adapun beberapa faktor yang menjadi penentu suatu bisnis yaitu Harga adalah total dari semua nilai yang diperdagangkan konsumen untuk membeli atau memanfaatkan barang atau jasa (V. A. Sari & Suryoko, 2017). Harga adalah jumlah uang

atau ukuran lain yang mencakup perdagangan barang dan jasa tambahan untuk kepemilikan atau akses pengguna barang dan jasa. Harga saat ini akan semakin bersaing pada produk kerupuk lainnya dan juga sebagai penentu kualitas suatu barang. Untuk mencapai pendapatan yang diharapkan, pelaku usaha UMKM Bintang Anugrah harus berusaha untuk memasarkan produk kerupuk cassava yang dibuat dengan berbagai cara. Namun jika UMKM Kerupuk Cassava Bintang Anugrah ini mampu bersaing dengan harga yang sangat ketat maka usaha ini akan berlangsung lama. Berikut ini adalah nama dari produk kerupuk singkong sejenis antara lain :

Tabel 1.1 Daftar Nama Produk Kerupuk Cassava Sejenis

No	Nama Kerupuk	Per gram	Harga
1.	Kerupuk Singkong cap (Dacil)	230 gram	Rp 5.000
2.	Kerupuk Singkong cap (Panda)	500 gram	Rp 10.000
3.	Kerupuk Singkong cap (Unyil)	250 gram	Rp 7.000
4.	Kerupuk Singkong Vita Rasa	400 gram	Rp 10.000
5.	Kerupuk Singkong Mawar	250 gram	Rp 6.000
6.	Kerupuk Cassava Bintang Anugrah	250 gram	Rp 10.000

Dari tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa harga di Kerupuk Cassava Bintang Anugrah dibandingkan pesaing cukup tinggi. Pelanggan dapat memilih barang dari merek lain sebagai akibat dari hal ini. Dalam persaingan harga pada kerupuk sangatlah bersaing dengan ketat. Membuat usaha UMKM Kerupuk Cassava Bintang Anugrah harus lebih kreatif dan juga dapat memenangkan persaingan pasar. Persaingan harga pada

kerupuk cassava UMKM bintang anugrah ini bisa dikatakan lebih tinggi dari produk kerupuk pesaing. Karena persaingan harga yang ketat, pelanggan memilih untuk membeli barang dengan biaya lebih rendah. Sehingga pelaku UMKM kerupuk bisa-bisa menurunkan harga dibawah harga pasar dan akan mengalami kerugian. Hal tersebut dapat membuat UMKM sulit memperoleh keuntungan yang telah diperhitungkan dari awal. Sehingga sewaktu-waktu konsumen bisa lari ke produk lain. Tetapi mereka juga mempunyai banyak varian rasa yang beragam dan tentunya juga berbeda dari produk kerupuk lain. Karena mereka memakai bahan pilihan dan sudah terjamin yang dulunya pemilik melakukan pengolahan kerupuk berbeda dari kerupuk pesaing mulai dari proses pembuatan, cara pengolahan, bentuk serta rasa yang beda. Semua resep dirubah karena ingin berbeda dari pasaran. Sehingga konsumen dapat memilih varian rasa dalam membeli produk kerupuk casaava pada UMKM Bintang Anugrah. Meskipun harga bersaing dengan kerupuk lain konsumen juga menilai sebuah produk dari kualitasnya, apabila harga yang diberikan sama pada kualitas produk juga manfaat bisa di dapat konsumen, maka dengan itu tidak diragukan lagi pelanggan akan membeli produk tersebut sehingga dalam memutuskan pembelian akan semakin meningkat dan produk kerupuk cassava akan semakin dipercaya masyarakat. Karena kualitas yang baik dimata kosumen akan membuat yakin untuk memilih produk tersebut. Dalam pemilihan produk dan harga memiliki peran yang signifikan untuk memutuskan apakah akan membeli suatu produk. Nilai pelanggan meningkat semakin lama mereka berbisnis dengan UMKM.

Saat konsumen sudah lama bertahan pada suatu UMKM, maka konsumen tersebut semakin berharga.

Faktor terpenting bagi pelanggan ketika mereka membeli adalah kualitas produk. Dimana keunggulan suatu produk juga dipengaruhi oleh kualitasnya dan pelanggan dapat menilai suatu produk secara langsung. Terdapat kualitas produk pada kerupuk cassava di UMKM Bintang Anugrah ini masih standar dari produk kerupuk pesaing. Karena mereka masih mengandalkan sinar matahari. Dengan adanya bantuan sinar matahari bisa meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM Bintang Anugrah ini agar tidak cepat basi / berjamur. Disaat musim penghujan pengeringan kerupuk bisa memakan waktu lebih lama, karena agar keringnya kerupuk bisa merata. Kualitas produk yang baik akan mendapatkan pengaruh yang baik bagi pelanggan karena dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan serta menguntungkan UMKM Bintang Anugrah. Pelanggan harus dibujuk agar mereka mengenali barang yang telah diproduksi karena kualitas produk saja tidak dapat meyakinkan pelanggan dalam penilaian mereka terhadap suatu produk. Akibatnya jika kerupuk yang tidak kena panas matahari terkadang menjamur dan tidak bisa di pasarkan lagi. Kerupuk yang tidak bisa kering akan berakibat cepat basi / berjamur sehingga akan menurunkan kualitas produk. Karena dalam proses penjemuran ini akan mendapatkan hasil kerupuk yang mengembang, renyah, gurih dan rasanya enak. Dari segi kualitas produk kerupuk sangat bergantung pada sinar matahari, karena dalam proses pembuatan kerupuk pengeringan adalah kuncinya. Dimana dalam proses

pengeringan ini masih menggunakan cahaya matahari. Akan menjadi berkah tersendiri jika cuaca panas membuat penjemuran kerupuk menjadi optimal tanpa hambatan dari hujan. Meski begitu, datangnya musim hujan cukup membawa kekhawatiran bagi pelaku UMKM Bintang Anugrah. Pasalnya, produksi kerupuk cassava sangat membutuhkan sinar matahari jika menggunakan mesin pengeringan sangat berpengaruh pada kualitas kerupuk, karena kerupuk yang dihasilkan tidak semaksimal dengan menggunakan sinar matahari dan juga memakan waktu yang cukup lama juga.

Identitas barang atau jasa disebut sebagai citra merek atau aset yang tak ternilai harganya adalah merek terkenal dan bereputasi baik. Citra Merek yaitu hal mudah diingat konsumen akan merek tersebut pada produk tertentu. Juga merupakan hasil informasi yang dipelajari pelanggan secara langsung dengan penggunaan produk atau tidak sengaja dengan mendengar, melihat atau konsumen pelajari. Pelanggan sering memilih item yang mereka kenal dari penggunaan sebelumnya atau berdasarkan data yang dikumpulkan dari berbagai sumber. Citra Merek pada Kerupuk Cassava UMKM Bintang Anugrah ini sedikit susah untuk diingat karena menggunakan bahasa inggris yang mana konsumen susah dalam mengingat nama tersebut. Tetapi juga menjadikan masyarakat penasaran dan ingin mencoba kerupuk tersebut, karena mereknya yang membuat konsumen penasaran akan suatu produknya. Sehingga menimbulkan adanya produk pesaing yang mirip dapat dilihat dari bentuk kerupuknya yang hampir mirip dari bentuk kerupuk pesaing yang berbentuk kotak lalu

disampingnya bergelombang dan tipis. Lalu dilihat dari logonya yang konsumen susah untuk mengingatnya, produknya mempunyai kesamaan dari salah satu Kerupuk Cassava Bintang Anugrah yaitu rasa pedas manis yang mirip dengan produk pesaing. Dalam kemasannya Kerupuk Cassava Bintang Anugrah juga hampir mirip dari produk kerupuk pesaing yang mana sama-sama menggunakan kemasan berbahan plastik. Akhirnya sebaiknya citra merek itu suatu hal yang memang mencerminkan diri dari sebuah produk itu sendiri ataupun perusahaan. Dimana citra merek dalam setaip orang itu melekat tanpa mereka membaca dan mereka pelajari pun sudah tahu. Mulai dari logonya yang berbeda dari produk kerupuk pesaing dan juga cita rasanya yang memiliki beragam rasa yang berbeda dari produk kerupuk pesaing, serta produk kerupuknya mudah untuk dikenali oleh konsumen. Karena persepsi konsumen dan keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh citra merek ketika konsumen mengingat kembali merek suatu produk. Bagi UMKM kerupuk cassava merek tersebut telah berkembang menjadi sumber aset utama mereka dan memainkan peran penting dalam upaya pemasaran mereka.

Dari penjelasan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa harga pada produk kerupuk cassava Bintang Anugrah cukup tinggi dibanding pesaingnya. Dari segi kualitas produk kerupuk cassava Bintang Anugrah dapat terganggu pada saat musim hujan karena lebih mengandalkan sinar matahari untuk penjemuran. Dari citra merek kerupuk cassava Bintang Anugrah menggunakan merek dengan istilah asing yang agak susah diingat oleh konsumen.

Definisi Keputusan Pembelian yaitu sikap yang dimiliki konsumen saat membeli suatu produk yang mengharuskan mereka mengambil keputusan antara dua atau lebih pilihan tindakan didefinisikan sebagai keputusan pembelian. Dapat dijelaskan untuk pengambilan keputusan dalam proses pembelian disebut keputusan pembelian melibatkan penanganan masalah tindakan manusia untuk memperoleh produk juga memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Utami et al., 2021). Keputusan pembelian yaitu dengan membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli bergantung pada sejumlah faktor termasuk keluarga, harga, pengalaman, kualitas dan produk itu sendiri. Konsumen harus memilih produk yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan mereka agar puas atau tidak puas dengan mereka. Keputusan untuk membeli adalah bagian penting dari perilaku konsumen yang mengarah pada perolehan produk dan layanan. Konsumen tidak dapat memisahkan unsur-unsur yang mempengaruhi dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian dari proses pengambilan keputusan mereka. Menyatakan bahwa konsumen terlibat dalam tindakan pengambilan keputusan atau tahap pilihan pembelian, dimana mereka memutuskan apakah akan melakukan pembelian yang sebenarnya. (Razak, 2016) Keputusan pembelian yaitu sebuah teknik untuk memecahkan masalah yang melibatkan identifikasi kebutuhan dan keinginan, mengumpulkan informasi, menimbang potensi pembelian, membuat keputusan dan menindaklanjuti keputusan tersebut kemudian dikenal sebagai proses keputusan pembelian. Dengan adanya penjelasan yang diberikan, maka penulis terpacu untuk memfokuskan

penelitiannya pada UMKM yang sudah bergerak di bidang produksi kerupuk.

Dengan adanya penjelasan yang diberikan, maka penulis terpacu untuk memfokuskan penelitiannya pada UMKM yang sudah bergerak di bidang produksi kerupuk yang berada di Jln. Panderman Raya No.10 Wates, Kecamatan Magersari Kota Mojokerto sebagai objek penelitian. Demikian hal tersebut tentang harga, kualitas produk dan citra merek dijadikan beberapa variabel penting yang sangat mempengaruhi pelanggan untuk memutuskan pembelian pada suatu produk. Untuk memperluas cakupan tinjauan dan hipotesis studi, para ahli percaya bahwa penelitian tambahan akan sangat penting dalam menentukan seberapa besar pengaruh variabel yang berbeda satu sama lain. Kemudian dengan judul yang sudah diambil, semangat saya untuk melanjutkan studi pun semakin besar. Oleh karena itu saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul yang dipilih yaitu, **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Cassava Pada UMKM Bintang Anugrah Kota Mojokerto”**.

1.2 Rumusan Masalah

Uraian masalah penelitian berikut dapat dicermati dari pembahasan latar belakang informasi yang disajikan di atas :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kerupuk Cassava Pada Umkm Bintang Anugrah Kota Mojokerto?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kerupuk Cassava Pada Umkm Bintang Anugrah Kota Mojokerto?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kerupuk Cassava Pada Umkm Bintang Anugrah Kota Mojokerto?
4. Apakah harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kerupuk Cassava Pada Umkm Bintang Anugrah Kota Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan bagaimana masalah yang telah didefinisikan di atas, berikut ini adalah tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Kerupuk Cassava Pada Umkm Bintang Anugrah Kota Mojokerto?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kerupuk Cassava Pada Umkm Bintang Anugrah Kota Mojokerto?
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Kerupuk Cassava Pada Umkm Bintang Anugrah Kota Mojokerto?
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Kerupuk Cassava Pada Umkm Bintang Anugrah Kota Mojokerto?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Untuk dapat menjual produknya sesuai keinginan konsumen dan pihak (Umkm Kerupuk Cassava Bintang Anugrah Kota Mojokerto) diharapkan mendapatkan manfaat dari penelitian ini.

2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan untuk mendapatkan keuntungan dari penelitian ini dengan lebih memperhatikan harga, kualitas produk dan citra merek saat melakukan pembelian.

3. Bagi Peneliti

Penerapan teori pemasaran yang dikembangkan sangat berguna untuk diterapkan dalam penelitian ini. Terutama yang berkaitan dengan harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

4. Bagi Pembaca

Bagi pembaca harapannya akan memberikan rincian lebih lanjut atau informasi tambahan tentang harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.