

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang Masalah

Globalisasi telah membawa dampak yang sangat besar terhadap berbagai industri, dan bidang usaha lainnya tidak terkecuali dengan usaha-usaha ruang lingkup kecil menengah yang semakin banyak hadir dan bersaing ditengah pertumbuhan dan perekonomian serta perubahan arus teknologi dan arus informasi yang semakin pesat. Hal ini akan mendorong para pelaku bisnis untuk selalu memberikan inovasi serta berimprovisasi dalam hal baru untuk mempertahankan pelanggannya.

Bisnis yang dewasa ini tidak hanya bertujuan pada laba dan hasil keuntungan semata, namun pemasaran yang aktif dan berorientasi kepada pelanggan lebih banyak dilakukan para pelaku bisnis. Usaha bisnis yang dijalankan harus lebih mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan oleh konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk, karena pada saat ini banyak hadir produk sejenis yang lebih unggul yang mampu memberikan pilihan kepada konsumen untuk memilih produk sesuai dengan apa yang mereka harapkan atau inginkan.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk usaha yang telah berkembang pesat di Indonesia saat ini, tidak bisa dipungkiri bahwasannya UMKM sangatlah berpengaruh dan menjadi bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya

mengembangkan UMKM nya. Walaupun terbilang kecil dalam skala jumlah para pekerja, aset serta omsetnya namun hal ini mampu menunjang dalam peningkatan perekonomian karena jumlahnya yang tersebar cukup luas.

Disamping itu, selain banyak memberikan kontribusi bagi perekonomian UMKM juga memberikan peran dalam menyerap banyak tenaga kerja sehingga membantu pemerintah dalam menyelesaikan masalah pengangguran, memperluas lapangan pekerjaan, serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, banyak sekali peluang bisnis yang dapat dibangun oleh para pengusaha salah satunya yaitu usaha bisnis Mangkuak Badeta yang merupakan kegiatan usaha mikro yang bergerak dibidang kuliner tradisional.

Dilihat dari sejarah keberadaan Mangkuak Badeta ini telah berdiri sejak tahun 1952, usaha ini merupakan panganan khas suatu daerah yang telah turun temurun, namun usaha ini baru dikenal oleh masyarakat luas sejak dua tahun terakhir pada tahun 2017 dimana Ibu Epa selaku pemilik usaha ini mematenkan merek dagangnya dengan “Mangkuak Badeta Tek Epa” sejak saat itulah usaha ini mulai berkembang dan dikenal sampai saat sekarang ini. Kuliner tradisional UMKM Mangkuak Badeta bisa ditemui dilokasi yang beralamatkan di jalan raya Padang-Batang Kapas, Simpang Tabek Km 95, Pasar Kuok, Iv Koto Hilie, Kecamatan Batang Kapas, Kabupaten Pesisir Selatan, Provinsi Sumatera Barat.

Usaha kuliner ini merupakan jenis usaha yang menguntungkan, alasannya karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia setiap harinya, Adanya perubahan gaya hidup dan mobilitas

yang semakin tinggi menyebabkan masyarakat lebih menyukai makanan yang praktis tetapi memiliki nilai gizi yang cukup untuk mengganjal rasa lapar dan memenuhi kebutuhan nutrisi mereka. Dengan adanya panganan khas ini dapat menjadi salah satu alternatif bagi konsumen dalam mengambil suatu keputusan untuk mencukupi kebutuhannya.

keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dalam hal penjualan mangkuak badeta, keputusan pembelian masyarakat sangat dipengaruhi oleh situasi dan niat beli oleh pelanggan karena pada dasarnya pelanggan yang datang ke Mangkuak Badeta tidak hanya dari masyarakat setempat namun juga dari masyarakat pengguna jalur lintas dan transportasi umum yang melewati lokasi penjualan Mangkuak Badeta yang didukung oleh keberadaan strategisnya dipinggir jalan lintas sumatera. Keberadaannya yang strategis ini mengundang perhatian setiap orang yang melalui jalur lintas tersebut baik dari tingkat daerah hingga provinsi tetangga seperti bengkulu,riau, dan jambi, dll yang menggunakan jalur lintas tersebut. Hal ini mendorong keputusan masyarakat untuk membeli Mangkuak Badeta berdasarkan situasi yang mereka hadapi karena telah melalui lokasi penjualannya.

Mandey, (2013) menyatakan bahwa Pengambilan keputusan yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu dalam menggunakan dan memperoleh barang yang ditawarkan yang terlibat secara langsung. konsep konsumen dalam memberikan keputusan pembelian itu dipengaruhi oleh suatu merek produk yang mereka sukai, selain itu juga dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor lain yang

mempengaruhi pembelian tersebut adalah subjek atau orang yang melakukan transaksi dalam proses pembelian tersebut. Karena faktor dari orang lain dapat memberikan pengaruh pada seseorang untuk memberikan keputusan terhadap apa yang dibelinya. Faktor lainnya dipengaruhi oleh situasi yang diinginkan oleh pembeli terhadap produk yang akan dibelinya. Sebagaimana yang diketahui keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Daya pikat masyarakat untuk melakukan pembelian terhadap Mangkuak Badeta dipengaruhi sekali oleh kualitas produk yang dimiliki yakni tinggi atau rendahnya kualitas produk. Ranto, (2014) menyatakan bahwa Kualitas adalah faktor-faktor yang terkandung pada suatu barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil tersebut dimaksudkan atau dibutuhkan. Mangkuak Badeta yang merupakan makanan tradisional dan diolah menggunakan teknologi tradisional dan tanpa adanya kandungan bahan pengawet menjadi pertimbangan bagi pembeli terhadap keputusan mereka memilih Mangkuak Badeta.

Oleh karena itu, setelah memperhatikan kualitas produk, perusahaan juga harus memperhatikan harga dari produk yang akan dipasarkan karena harga merupakan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen mengenai harga dari produk tersebut, harga yang rendah dapat memberikan persepsi murahan, produk berkualitas rendah, sedangkan harga yang lebih tinggi mengesankan kualitas produk yang

lebih baik. Hakim, (2019) mengungkapkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sebagaimana diketahui keberhasilan pemasaran produk bergantung pada harga dan kualitas produk, apabila harga dan kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk sebaliknya apabila harga dan kualitas produk tidak sesuai maka akan menurunkan keputusan pembelian konsumen. Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

Dengan demikian, dalam hal ini sangat diperlukan promosi untuk produk, Walukow, (2014) menyatakan bahwa promosi yaitu suatu upaya untuk mempengaruhi, memberitahukan, serta menyebarkan informasi kepada pasar sasaran agar dapat mengingat pada produk yang dihasilkan perusahaannya, dengan adanya promosi ini produsen berusaha agar produknya dapat diterima, dibeli, dan diminati serta loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Promosi juga menjadi salah satu faktor dalam menentukan kesuksesan suatu rencana pemasaran untuk memberikan informasi mengenai adanya suatu produk.

Namun tidak dipungkiri panganan khas yang menjadi ciri khas serta oleh-oleh Pesisir Selatan ini memiliki pesaing-pesaing baru dan bahkan ada upaya imitasi produk dari pihak lain. Hal ini dipengaruhi oleh upaya promosi yang kurang efektif. Akibat kurangnya promosi dan hanya memanfaatkan word of mouth (dari mulut ke mulut) kemunculan pesaing baru dan imitasi produk dapat mengelabui

pelanggan dalam hal keputusan pembelian mereka. Pelanggan dapat beranggapan munculnya produk baru dengan merek yang sama merupakan produk dari Mangkuak Badeta, pemasaran ini muncul akibat promosi yang kurang efektif dan gencar dilakukan.

Berikut tabel data penjualan pada Mangkuak Badeta oleh-oleh Pesisir Selatan tahun 2018-2019 :

Tabel 1.1
Data volume penjualan UMKM Mangkuak Badeta

Bulan	Penjualan Tahun 2018	Penjualan Tahun 2019	Kenaikan/penurunan (+/_)
Januari	155.000.000	142.600.000	-8,69%
Februari	134.400.000	140.000.000	+4 %
Maret	139.500.000	124.000.000	-12,5 %
April	105.000.000	135.000.000	+22,22 %
Mei	124.000.000	108.500.000	-14,28 %
Juni	165.000.000	139.500.000	-18,28 %
Juli	139.500.000	124.000.000	-12,5 %
Agustus	142.600.000	108.500.000	-31,42%
September	135.000.000	90.000.000	-50 %

Oktober	108.500.000	124.000.000	+12,5%
November	120.000.000	105.000.000	-14,28 %
Desember	139.500.000	124.000.000	-12,5 %

Sumber : data dari UMKM Mangkuak Badeta

Berdasarkan tabel 1.1 fenomena pada penelitian ini adalah menurunnya volume penjualan Mangkuak Badeta periode tahun 2018-2019, dapat dilihat pada tabel diatas bahwa penjualan pada Mangkuak Badeta mengalami penjualan yang fluktuatif, dimana terjadi penurunan yang cukup signifikan mulai dari awal tahun 2019 sebesar 8,69% pada bulan januari, 12,5% pada bulan maret, 14,28% pada bulan mei, dan mulai terjadi penurunan drastis di bulan Juni mencapai 18,28% dan yang paling menurun pada akhir tahun bulan September sebesar 50%. Penjualan pada Mangkuak Badeta yang mengalami penurunan ini kemungkinan disebabkan disinyalir oleh faktor pemasaran yang tidak berjalan sesuai dengan fungsinya, Sehingga penjualan mengalami fluktuasi.

Mangkuak Badeta beroperasi selama tujuh hari dalam seminggu yang buka dari pukul 06.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB. Dalam hal ini harga yang ditawarkan atas 1 (satu) kotak Mangkuak Badeta dihargai dengan harga Rp.5000 (lima ribu rupiah). Jika dihargai satuan, Mangkuak Badeta ini dapat diperoleh dengan harga Rp.1000 (seribu rupiah) tentunya harga ini sangat terjangkau. Didapatkan informasi bahwasannya pelanggan Mangkuak Badeta diminati mulai dari anak-anak berusia sekolah dasar hingga dewasa bahkan lanjut usia. Harga

Mangkuak Badeta yang tergolong murah terkadang menjadi persepsi bagi masyarakat terhadap kualitasnya.

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat penurunan penjualan Mangkuak Badeta pada tahun 2019. Pada fenomena diatas, dilihat dari penelitian terdahulu mengindikasikan bahwasannya adanya research gap akibat menurunnya keputusan pembelian yang terjadi pada Mangkuak Badeta oleh-oleh Pesisir Selatan, hal ini disinyalir disebabkan oleh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi yang belum dapat memenuhi keinginan konsumen dengan baik. Pengaruh variabel kualitas produk, persepsi harga, dan promosi tersebut terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari berbagai penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Hasil penelitian Rini Astuti, (2017) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian yang disusun oleh Ariyanto et al., (2019) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang disusun oleh Walukow, (2014) yang menyatakan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang disusun oleh Hakim, (2019) yang menyatakan bahwa variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Jadi berdasarkan pemaparan teori dan latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini mengambil judul “ **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Pada Konsumen Kuliner Tradisional Mangkuak Badeta Oleh-oleh Pesisir Selatan)** ”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena diatas tersebut, dan berdasarkan kajian-kajian manajemen pemasaran banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sebagai berikut :

1. Produk dalam hal kualitasnya belum sepenuhnya memberikan kepuasan dalam keputusan pelanggan.
2. Harga produk yang ditawarkan relative lebih murah.
3. Promosi terhadap kualitas produk belum sepenuhnya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk tersebut.
4. Promosi terhadap kualitas produk yang dimiliki masih belum bersaing dibandingkan dengan produk lain.
5. Kurangnya inovasi yang diberikan pada produk tersebut.
6. Distribusi produk mangkuak badeta tidak berkembang pesat.
7. Ketahanan produk dalam pemasaran belum sepenuhnya mempengaruhi keputusan pembelian.

1.3 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas, dapat dilihat banyak permasalahan yang timbul. Dalam hal ini penulis lebih menekankan penelitian masalah pada masalah Kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah pada Mangkuak Badeta Oleh-oleh Pesisir Selatan

1.4 Perumusan Masalah

Dari batasan masalah tersebut, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah Mangkuak Badeta Oleh-oleh Pesisir Selatan ?
2. Bagaimanakah pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah Mangkuak Badeta Oleh-oleh Pesisir Selatan ?
3. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah Mangkuak Badeta Oleh-oleh Pesisir Selatan ?
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah Mangkuak Badeta Oleh-oleh Pesisir Selatan ?

1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah Mangkuak Badeta Oleh-oleh Pesisir Selatan.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah Mangkuak Badeta Oleh-oleh Pesisir Selatan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah Mangkuak Badeta Oleh-oleh Pesisir Selatan.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah Mangkuak Badeta Oleh-oleh Pesisir Selatan.

1.5.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang dihadapi dan sebagai bahan untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas produk, persepsi harga, dan promosi memberikan pengaruh pada keputusan pembelian yang ditetapkan dalam pemasaran.

2. Bagi penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam dunia pemasaran terkait pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini bisa dijadikan bahan bacaan untuk menambah ilmu pengetahuan serta diharapkan dapat memberikan perbandingan terhadap penelitian berikutnya.