

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan dunia bisnis terutama pada sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang pesat saat ini. UMKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. UMKM menjadi salah satu pilar terpenting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena berperan dalam memperbaiki perekonomian baik ditinjau dari jumlah usaha, menciptakan lapangan pekerjaan, dan produk domestik bruto (PDB) (Sofyan, 2017). UMKM memainkan peran yang penting dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, dan juga berperan penting dalam mengatasi pengangguran (Andarist, 2021). Bukti nyata bahwa pertumbuhan usaha mikro merupakan sumber lapangan kerja dan peluang pendapatan. Dengan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, ini berarti usaha kecil dan menengah juga memiliki peran strategis dalam upaya pemerintah mengatasi pengangguran, selain itu juga membantu dalam mengembangkan dan meningkatkan bisnis UMKM. UMKM memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto sebesar 57-60% dan menyerap tenaga kerja 97% dari tenaga kerja nasional (Setiyani et al., 2021).

Kabupaten Sidoarjo merupakan kota pengembangan dari kota Surabaya dengan jumlah penduduk yang cukup banyak sehingga para pebisnis maupun pengusaha tertarik untuk melakukan bisnis di kota Sidoarjo,

terutama dalam bidang UMKM. Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten dengan jumlah UMKM terbanyak di Indonesia dengan jumlah UMKM terbesar ketiga di Jawa Timur, lebih dari 206.000 usaha kecil menengah dan 6.000 usaha mikro kecil menengah di Kabupaten Sidoarjo dan mendapatkan julukan dengan kota UMKM terbaik. Banyak UMKM baru tumbuh dan terus berkembang di Kabupaten Sidoarjo dimana jumlahnya terus meningkat.

Tabel 1.1

Data Jumlah UMKM di Kecamatan Taman Tahun 2022

NO	Nama Desa	Jumlah
1.	Wonocolo	1418
2.	Geluran	1273
3.	Wage	1002
4.	Sambibulu	835
5.	Jemundo	832
6.	Bringin Bendo	702
7.	Trosobo	524
8.	Kramat Jegu	506
9.	Ketegan	500
10.	Krembangan	473
11.	Tanjungsari	449
12.	Gilang	444
13.	Kalijaten	442
14.	Pertapan Maduretno	425
15.	Kedungturi	416
16.	Bebekan	404
17.	Kletek	370
18.	Sidodadi	324
19.	Sadang	315
20.	Tawang Sari	255
21.	Ngelom	243

22.	Bohar	226
23.	Taman	159
24.	Banjarsari	117
25.	Sepanjang	58

Sumber : Data diolah, Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2022

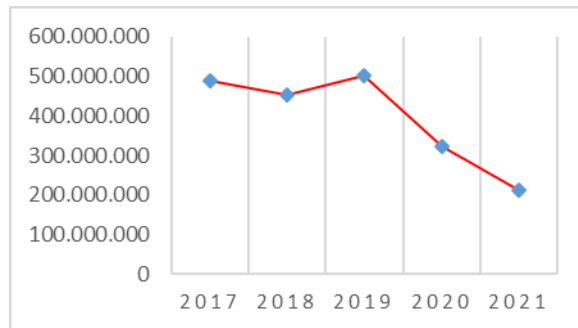
Data diatas memaparkan mengenai jumlah UMKM di Kecamatan Taman berdasarkan desa, dari keseluruhan 25 desa diantaranya untuk jumlah UMKM Terbanyak yaitu Desa Wonocolo sebanyak 1418 UMKM sedangkan jumlah UMKM terendah yaitu Desa Sepanjang sebanyak 58 UMKM. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki nilai yang sangat strategis untuk mendorong ekonomi, sehingga akan berdampak secara langsung terhadap pertumbuhan ekonomi terutama di daerah Kecamatan Taman. Disisi lain perkembangan UMKM di Kecamatan Taman semakin berkembang. UMKM harus bisa bersaing dengan menjual produk berkualitas dan mampu menentukan harga yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

Morang Moreng Snack merupakan salah satu UMKM berasal dari Kecamatan Taman Sidoarjo. UMKM dalam pengelolaan makanan ringan dari berbagai macam jenis camilan kripik, memiliki 7 varian produk dengan 4 varian level dan dikombinasikan dengan aneka varian rasa yang lezat tanpa bahan pengawet kimia. UMKM Morang Moreng Snack sangat perlu memperhatikan konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen dapat mempengaruhi omset penjualan yang dihasilkan. Jika konsumen merasa puas akan suatu produk maka permintaan meningkat dan omset penjualan pun ikut naik, sebaliknya jika konsumen

tidak merasa puas maka permintaan akan menurun begitu juga dengan omset penjualan. Dalam pengelolaannya UMKM Morang Moreng Snack terus berusaha memberikan yang terbaik agar dapat terus meningkatkan kepuasan bagi konsumen, memberikan harga yang sebanding dengan kualitas produk yang dirasakan konsumen. Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya strategi penetapan harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pada produk sejenis atau oleh pesaing dan juga kualitas produk yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal inilah yang menyebabkan UMKM Morang Moreng Snack menerapkan strategi yang sesuai dengan tuntunan pasar untuk mempertahankan eksistensinya.

Sebagai salah satu unit usaha makanan ringan, UMKM Morang Moreng Snack merupakan perusahaan yang memproduksi sendiri dan sekaligus menjual secara langsung. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti kepada pemilik usaha (*owner*) yang menyatakan bahwa strategi penetapan harga di UMKM Morang Moreng Snack selama kurang lebih 2 tahun terakhir ini mengalami ketidakstabilan harga, dalam memperbaiki harga juga diperlukannya peningkatan kualitas produk agar harga ditentukan sesuai dengan kepuasan yang dirasakan konsumen. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Morang Moreng Snack adalah dengan memberikan kualitas dan penetapan harga pada produk.

Tabel 1.2
Grafik Penjualan UMKM Morang Moreng Snack
Tahun 2017-2021



Sumber : Data diolah, UMKM Morang Morang Snack

Berdasarkan tabel grafik diatas dapat dilihat pertumbuhan penjualan dari produk UMKM Morang Moreng Snack selama tahun 2017 sampai tahun 2021. Bila dilihat dari omset penjualan dari tahun 2017 sampai 2019 mengalami kenaikan secara stabil. Pada Tahun 2020 sampai 2021 terjadi ketidakstabilan harga menjadikan omset mengalami penurunan dari 2 tahun terakhir. Faktor utama, karena kondisi pandemi sehingga konsumen lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi makan dan beberapa harga barang tertentu mengalami kenaikan. Maka dari itu untuk menaikkan penjualan UMKM Morang Moreng Snack berusaha agar konsumen minat membeli kembali dan konsumen merasa terpuaskan dengan apa yang dirasakan setelah membeli produk tersebut. Hal yang dilakukan UMKM Morang Moreng Snack dengan memperbarui strategi penetapan harga dan kualitas produk yang merupakan salah satu

faktor mempengaruhi kepuasan konsumen serta menjadi pertimbangan bagi konsumen saat akan membeli.

Strategi penetapan harga merupakan suatu keputusan terpenting dalam suatu pemasaran, harga yang dipilih berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas (Jasmi, 2019). Strategi penetapan harga dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan bagi perusahaan untuk mengatasi berbagai persoalan dalam perusahaan, namun setiap perusahaan hendaknya mempertimbangkan secara matang setiap keputusan dalam masalah harga. Harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli, yang termasuk paling mudah diubah dan diadaptasikan sesuai dengan keadaan pasar saat ini. Selain mengenai strategi penetapan harga, aspek yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk. Menurut Fitriasshinta (2018) Kualitas Produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa diinginkan oleh banyak konsumen.

Menurut Queenszya (2020) kepuasan konsumen berhubungan dengan baik senang ataupun kecewa yang merupakan hasil dari membandingkan layanan atau produk yang dikonsumsi sesuai dengan harapan pelanggan. Selain itu kepuasan konsumen juga merupakan evaluasi konsumen terhadap produk yang

dikonsumsi dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen tersebut dalam memperoleh produk yang diinginkan. Apabila pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen sesuai dengan apa yang diperoleh konsumen pada suatu produk, maka akan timbul kepuasan pada diri konsumen tersebut. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang produk anggapannya atau hasil sesuai ekspektasi konsumen.

May Mariasinta (2019) pada penelitiannya berjudul "Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi di Toko Baju Cilapop)" menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan strategi penetapan harga terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, Fitriasshinta, D. (2018) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen King Telur Asin" menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas yang ada, peneliti tertarik ingin meneliti kepuasan konsumen yang berkaitan dengan strategi penetapan harga dan kualitas produk yang berjudul "**Pengaruh Strategi Penetapan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk UMKM Morang Moreng Snack Di Kecamatan Taman Sidoarjo**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Strategi Penetapan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada

produk UMKM Morang Moreng Snack di Kecamatan Taman Sidoarjo?

2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk UMKM Morang Moreng Snack di Kecamatan Taman Sidoarjo ?
3. Apakah Strategi Penetapan Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Morang Moreng Snack di Kecamatan Taman Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen produk UMKM Morang Moreng Snack di Kecamatan Taman Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen produk UMKM Morang Moreng Snack di Kecamatan Taman Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh Strategi Penetapan Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen produk UMKM Morang Moreng Snack di Kecamatan Taman Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya tujuan dilakukannya penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan dalam melakukan penelitian dapat diperoleh adalah:

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan kajian mengenai teori tentang pengaruh strategi penetapan harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan gambaran pada perusahaan dalam mengutamakan harga dan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman, serta memperluas informasi tentang pengaruh strategi penetapan harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Sebagai dasar perbandingan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan yang dapat diterapkan dalam permasalahan yang penulis teliti.

3. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang mencetak calon sarjana sesuai dengan bidangnya, dan sebagai bahan pertimbangan dalam mengevaluasi proses belajar mengajar pada program studi yang diterapkan pada keadaan yang sebenarnya.

4. Bagi Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai acuan atau referensi yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian yang sejenis.

Halaman sengaja dikosongi