

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis ditandai dengan persaingan antar pemasar untuk mendapatkan produk yang berkualitas di era perkembangan *market* yang semakin pesat. Salah satu pesaing dalam dunia usaha adalah persaingan usaha kecil dan menengah (UMKM). Indonesia memiliki bisnis yang dapat menciptakan berbagai peluang kerja bagi masyarakat setempat. Perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah dapat merubah struktur yang dapat memperkuat ketahanan ekonomi lokal dan nasional. Dengan adanya UMKM memberikan kontribusi yang besar untuk mengurangi beban pemerintah dalam mengatasi banyaknya pengangguran.

Menciptakan usaha merupakan solusi yang dapat mengatasi masalah ekonomi. Pemberdayaan usaha kecil dan menengah dapat mendorong pertumbuhan kegiatan ekonomi masyarakat dan memberikan sumber pendapatan masyarakat untuk meningkatkan tingkat kesejahteraan.

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat ini membuat para pelaku bisnis di tuntut untuk berfikir kritis, kreatif, dan inovatif.

Hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar berhasil dalam dunia bisnis yang kompetitif adalah mengembangkan strategi bisnis untuk mencapai tujuan menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut, semua bisnis harus berusaha untuk menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Di dalam dunia bisnis, kualitas

produk dapat menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian, kualitas produk yaitu suatu alat pemosisian utama untuk pemasar (Amstrong *et al*, 2018) seperti halnya pada UD. Aji Jaya Makmur terdapat berbagai makanan yang masa kadaluwarsanya sudah habis tetapi masih di jual, hal tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Dengan menjaga kualitas produk mulai dari kemasan produk, cita rasa hingga masa kadaluwarsanya harus tetap dipertahankan, sehingga menimbulkan daya tarik tersendiri bagi para konsumen dalam melakukan pembelian. Salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk membeli yaitu karena kualitas produknya. Sebuah Bisnis perlu memperhatikan kualitas, karena dengan meningkatkan kualitas produk reputasi di UD. Aji Jaya Makmur akan meningkat dan mendapatkan predikat baik di mata pelanggan, ini bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa produk tersebut dapat berkembang di pasar global.

Sebuah strategi yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen adalah dengan menempatkan harga komoditas yang dapat merangsang reaksi pasar. Menurut (Indaini dan Samsiyah, 2022) harga ialah nilai uang yang wajib dibayarkan, guna mendapat manfaat dari sebuah produk barang ataupun jasa yang dibeli dari penjual maupun produsen. Harga produk yang diharapkan dapat mengarahkan calon konsumen untuk menggunakan suatu produk dan meninggalkan produk pesaing sejenisnya. Harga yang ditawarkan oleh pihak UD. Aji Jaya Makmur tiap tahunnya terus meningkat, hal tersebut membuat para konsumen akan mempertimbangkan dalam melakukan keputusan pembelian.

Adapun faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang selanjutnya adalah promosi. Promosi adalah

berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran (Firmansyah, 2019) seperti halnya kegiatan yang kurang dilakukan oleh UD. Aji Jaya Makmur untuk menarik minat pembelian konsumen dalam melakukan promosi, hal tersebut membuat produk kurang dikenal oleh banyak masyarakat. Sehingga promosi memegang peranan penting dalam strategi pemasaran. Pemasaran membutuhkan setidaknya lima tugas utama. Pertama, menemukan dan mengembangkan ide untuk produk baru dan peluang untuk membuka pasar baru. Kemudian evaluasi setiap peluang pasar baru untuk menemukan kekuatan dalam memanfaatkan peluang tersebut. Ketiga, buat rencana strategi pemasaran yang dibuat untuk setiap bisnis baru, perincian produk, penetapan harga, distribusi, serta strategi promosi. Keempat, bertanggung jawab untuk mengimplementasikan setiap rencana di pasar sasaran. Kelima, evaluasi hasil yang terus berkembang, ambil tindakan korektif jika perlu.

Berdasarkan uraian diatas mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yulita dan Samsiyah,2022) tentang pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian paket data indosat, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk paket data internet indosat. Keputusan pembelian sebagai langkah pelanggan untuk memberikan keputusan akhir, yaitu membeli atau tidak membeli (Laely *et al*, 2021). berikut adalah data volume penjualan pada UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik pada tahun 2022.



Sumber : Data Internal

**Gambar 1. 1 Rekap data penjualan UD.Aji Jaya Makmur Cerme
Gresik 2022**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah penulis dapat , maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan ringan di UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan ringan di UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan ringan di UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik?

4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan ringan di UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas adapun tujuan dari penelitian diantaranya adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan ringan di UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan ringan di UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian makanan ringan di UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan ringan di UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian tersebut akan memberikan kontribusi dan pengembangan pemasaran, khususnya untuk memastikan bagaimana faktor-faktor seperti harga, promosi, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan dalam kehidupan nyata sebagai bahan perumusan kebijakan terkait kualitas produk, harga, dan promosi khususnya bagi UD.Aji Jaya Makmur dengan harapan dapat meningkatkan dan membawa UD.Aji Jaya Makmur ke arah yang lebih baik lagi.

2. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat menerapkan teori yang penulis pelajari di bangku kuliah ke situasi dunia nyata dan memberikan wawasan tentang dampak kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

3. Manfaat Bagi Universitas

Dalam waktu yang tidak terlalu lama, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, dan dari hasil penelitian ini bisa memotivasi mahasiswa untuk mencapai hasil yang lebih tinggi.

4. Manfaat Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat dibandingkan dengan penelitian-penelitian lain yang sejenis dan dijadikan acuan untuk memperluas pengetahuan seseorang.