

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pilar penting perekonomian Indonesia terletak pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Karena banyaknya bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), persaingan antar pemilik usaha semakin kuat. Oleh karena itu, penting untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat agar tercipta loyalitas pelanggan. Setiap daerah di Indonesia memiliki keahlian dan keterampilan yang berbeda-beda. Salah satunya adalah UMKM anyaman bambu yang merupakan kerajinan khas Indonesia yang memiliki nilai seni dan estetika tinggi.

Produk anyaman bambu memiliki potensi besar sebagai sumber pendapatan. Namun seiring dengan perkembangan waktu dan perubahan struktur ekonomi, kerajinan anyaman bambu kurang mampu bersaing dengan industri kerajinan lainnya. Hal ini mengakibatkan usahawan harus menggunakan prinsip-prinsip pemasaran yang tepat dan tentunya perlu mempertimbangkan semua aspek terutama menyangkut keputusan dari konsumen ketika hendak membelinya.

Faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian kerajinan anyaman bambu yaitu inovasi produk. Agar dapat memproduksi barang yang laku di pasaran dan menguntungkan secara terus-menerus, perusahaan perlu perhatian mengenai pentingnya inovasi produk. Produk dengan desain yang sederhana akan dianggap membosankan. Maka dari itu, kreativitas, modifikasi, dan inovasi amat

diperlukan dalam pengembangan produk agar terus diminati konsumen. Dengan tujuan supaya konsumen tetap bertahan dan tidak teralihkannya oleh produk lain yang sama jenisnya. Inovasi adalah sebuah proses transformasi sebuah ide atau gagasan yang dapat dijadikan barang dagangan. Didalam proses ini kreativitas mempunyai peran yang begitu penting pada penentuan nilai sebuah produk di pasaran (Paramita *et al.*, 2023).

Menurut Tjiptono (2015:444) Inovasi ialah faktor penting dalam mendukung kesuksesan perusahaan, baik produsen maupun penyedia layanan. Inovasi mengarah pada mengenal produk baru. Jenis produk baru terkait dengan strategi yang harus dicapai perusahaan (Almira & Sutanto, 2018). Seiring dengan perkembangan zaman dan selera pasar yang juga semakin meningkat, pelanggan menjadi semakin sensitif dalam menentukan produk yang akan di beli. Inovasi produk dilakukan dalam menghadapi persaingan dengan cara memperbaiki, menyempurnakan atau menghasilkan produk baru. Kualitas produk kemudian ditingkatkan melalui pengembangan produk, yang pada dasarnya merupakan upaya untuk memperbaiki produk dan juga harus mampu mengelola dalam menghadapi perubahan selera agar dapat memuaskan keinginan pelanggan. Selain inovasi produk, faktor yang dapat menjadi pengaruh dalam keputusan pembelian ialah kualitas produk .

Menurut Kotler dan Keller (2018) Kualitas ialah seluruh feature serta ciri suatu produk maupun layanan dengan kapasitas memenuhi segala aspek yang diungkapkan maupun yang tidak diungkapkan (Okta Viana *et al.*, 2022). Kotler *et al* (2016) Kualitas produk ialah kemampuan produk yang mempunyai

kapasitas untuk memuaskan kebutuhan yang *implisit* ataupun *eksplisit* (Ramilusholikha *et al.*, 2023). Produk yang kualitasnya tinggi menjadi acuan utama bagi para konsumen dalam memilih suatu produk. Perusahaan diharuskan selalu bisa menjaga dan menaikkan kualitas produk agar konsumen terus merasa puas. Dengan produk yang mempunyai kualitas tinggi perusahaan bisa menghadapi persaingan dalam menguasai pangsa pasar. Selain faktor-faktor tersebut harga juga memegang peranan penting didalam pemasaran.

Menurut Kotler, *et al* (2015:312) harga merupakan banyaknya dana yang harus diberikan oleh pelanggan, kemudian ditukar untuk kepentingan memperoleh hak milik atau hak guna produk atau jasa (Ramilusholikha *et al*, 2023). Strategi dalam penentuan harga tinggi dan rendah sangat mempengaruhi volume penjualan produk dipasaran. Harga yang murah merupakan pemantik untuk menaikkan performa dalam pemasaran. Akan tetapi, harga juga merupakan cerminan dari kualitas produk, dimana produk yang mempunyai kualitas tinggi akan mematok harga tinggi pula. Harga juga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen.

Kotler dan Amstrong (2018:176) memaparkan bahwasanya pengambilan keputusan pembelian merupakan faktor situatif yang tidak dapat diprediksi. Pilihan konsumen atas suatu produk akan bergantung pada berbagai hal, misalnya perkiraan pendapatan, perkiraan tingkat harga, maupun manfaat dari produk tersebut. Konsumen memiliki kekuatan untuk menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan harus membangun hubungan baik dan citra positif dimata konsumen. Sudaryono (2014:208) Keputusan pembelian didefinisikan sebagai tindakan yang dipilih dari beberapa

kemungkinan yang ada. Dalam kata lain, pengambil keputusan harus diberikan satu dari berbagai pilihan yang ada. Seseorang akan mengambil keputusan untuk membeli jika mereka berada diantara 2 opsi antara beli dan tidak beli, sedangkan mereka merasa harus membelinya (Sari, 2021).

Hubungan tersebut diatas konsisten dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya, diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Almira & Sutanto (2018) menyatakan bahwa hasil penelitian variabel inovasi produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Al Rasyid & Indah (2018) menyatakan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa inovasi produk dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Habiburahman & Wijaya (2023) menyatakan bahwa hasil penelitian variabel kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada tempat pelaksanaan, dimana penelitian ini dilakukan pada UMKM anyaman bambu yang berada di desa Pasrujambe dan pada periode pelaksanaan, yang mana penelitian ini dilaksanakan tahun 2024.

UMKM Sumber Rejeki bertempat di Desa Pasrujambe, Kecamatan Pasrujambe, Kabupaten Lumajang merupakan UMKM yang memproduksi produk anyaman bambu yang cukup terkenal di desa pasrujambe. UMKM Sumber Rejeki telah berdiri sejak tahun 2003 dan telah memproduksi berbagai macam produk anyaman bambu seperti caping petani, besek, tas souvenir, tempat tisu, tempat

pensil, kipas, hiasan dinding, kap lampu, dan lain-lain. Dalam perjalanan usahanya UMKM Sumber Rejeki di hadapkan pada persaingan yang cukup ketat. Hal ini disebabkan oleh banyaknya produsen lain yang memproduksi produk anyaman bambu di Desa Pasrujambe. Akan tetapi dalam memproduksi produknya UMKM Sumber Rejeki memiliki keunggulan yang menonjol dibandingkan dengan produsen lain. Keunggulan tersebut adalah kemampuan UMKM Sumber Rejeki dalam berinovasi dan menciptakan produk-produk baru yang berbeda dari produsen lainnya. Selain itu pemilik dari UMKM Sumber Rejeki juga aktif mengikuti pelatihan-pelatihan yang di adakan oleh berbagai lembaga. Seperti ikut andil dalam program pengembangan desa wisata yang digelar oleh kementerian bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.

Pada tanggal 18 juli 2022 kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif mengadakan kampanye sadar wisata 5.0 selama satu periode yang diikuti oleh 65 desa di seluruh indonesia termasuk desa Pasrujambe. Kampanye sadar wisata adalah rangkaian kegiatan yang bertujuan unuk meningkatkan keunggulan desa wisata sebagai penggerak ekonomi masyarakat. Dan untuk mengoptimalkan program tersebut pada tanggal 24-26 November 2023 diadakan kegiatan festival sadar wisata di Mall kota Kasablanka Jakarta Selatan. Kegiatan festival sadar wisata ini dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan dan memasarkan paket wisata serta produk UMKM dari masing-masing desa yang mengikuti program tersebut. Dalam kegiatan ini desa Pasrujambe mendapatkan penghargaan juara 2 kategori inovasi produk dan pemasaran. Desa Pasrujambe dapat memperoleh penghargaan tersebut tentunya berkat UMKM-UMKM yang berada di desa

Parujambe. Salah satunya adalah UMKM Sumber Rejeki. Dengan adanya kegiatan tersebut penjualan produk anyaman bambu pada UMKM Sumber Rejeki semakin meningkat. Peningkatan penjualan tersebut dapat dilihat mulai bulan November 2023-Januari 2024.

**Tabel 1.1 Penjualan Periode November 2023-Januari 2024**

<b>Bulan</b>	<b>Total Penjualan</b>
November	17
Desember	25
Januari	33

Sumber : Pemilik UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe

Mengacu pada tabel 1.1 bisa diamati bahwasannya penjualan produk anyaman bambu pada UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe terus mengalami peningkatan. Untuk terus meningkatkan penjualannya dan menghadapi persaingan dengan produsen lain pemilik dari UMKM Sumber Rejeki terus melakukan inovasi dan perbaikan kualitas pada produknya agar pembeli lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam proses perbaikan produk tersebut tentunya dibutuhkan bahan-bahan yang berkualitas. Akan tetapi saat ini pencarian bambu dengan kualitas yang baik terbilang sangat susah didapatkan dan harganya menjadi lebih mahal dari sebelumnya. Hal tersebut menjadi kendala bagi produsen dalam penentuan harga jual produk. Karena jika harga produk anyaman bambu dinaikan maka dikhawatirkan akan menurunkan keputusan pembelian produk anyaman bambu dan berganti memilih produk lain dengan fungsi yang sama namun harganya lebih murah.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk menjadikan UMKM Sumber Rejeki sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, khususnya faktor inovasi produk, kualitas produk dan harga pada UMKM Sumber Rejeki. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti mengambil judul penelitian tentang **”Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Anyaman Bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe”**.

### **1.2 Batasan Masalah**

Berdasar pada latar belakang di atas penelitian ini berfokus dan membatasi lingkupnya pada:

- a. Bidang penelitian manajemen pemasaran
- b. Fokus pada inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe
- c. Responden pada penelitian ini dibatasi pada konsumen anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe

### **1.3 Rumusan Masalah**

Keputusan seorang konsumen untuk menentukan pilihan melakukan pembelian atas sebuah produk perusahaan akan mempertimbangkan beberapa hal diantaranya inovasi dari produk tersebut, karena produk yang monoton menjadi kurang menarik untuk diminati. Selanjutnya kualitas dari produk yang bersangkutan, karena menariknya sebuah produk dilihat dari kualitasnya,

berikutnya harga produk tersebut. Berdasar pada penjelasan tersebut maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk anyaman bambu pada UMKM Sumber Rejeki Di Desa Pasrujambe?
- b. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk anyaman bambu pada UMKM Sumber Rejeki Di Desa Pasrujambe?
- c. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk anyaman bambu pada UMKM Sumber Rejeki Di Desa Pasrujambe?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasar pada permasalahan yang telah dipaparkan, tujuan yang ingin diraih peneliti melalui penelitian ini meliputi:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk anyaman bambu pada UMKM Sumber Rejeki Di Desa Pasrujambe
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk anyaman bambu pada UMKM Sumber Rejeki Di Desa Pasrujambe
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk anyaman bambu pada UMKM Sumber Rejeki Di Desa Pasrujambe

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasar pada tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:



1. Manfaat teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan dan ilmu mengenai segala hal terkait dengan pengaruh pada inovasi produk, kualitas produk, beserta harga terhadap keputusan pembelian.
- b. Mengupas informasi terkait dengan peran inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat membuka celah bagi pengembangan kajian lebih komprehensif terhadap problematika terkait.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi pemilik UMKM  
Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap hasil yang diperoleh bisa dijadikan dasar pijakan dalam menentukan solusi pemasaran guna meningkatkan keputusan pembelian produk anyaman bambu pada UMKM Sumber Rejeki Di Desa Pasrujambe.
- b. Bagi konsumen  
Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberi informasi tentang pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Parujambe.
- c. Bagi peneliti selanjutnya  
Penelitian ini diupayakan supaya bisa dijadikan sebagai literatur pendukung bagi penelitian-penelitian selanjutnya pada bidang yang relevan.