

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha kecil adalah usaha yang dikelola secara mandiri, tidak mendominasi pasar, dan memenuhi standar. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah menunjukkan ketahanan dalam berbisnis pada saat menghadapi situasi ekonomi yang naik turun seperti pada saat adanya virus covid-19 yang mengharuskan para pebisnis untuk menyusun strategi agar bisnis berjalan lancar. UU No. 20 Tahun 2008 tentang tujuan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah yaitu untuk menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, menciptakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Populasi UMKM atau wirausaha ini sangat penting karena merekalah yang dapat melihat peluang, mengembangkan dan menciptakan bisnis baru sehingga terciptalah lapangan pekerjaan dan menumbuhkan perekonomian negara. Di pasar yang semakin kompetitif saat ini, menuntut agar bisnis dapat menawarkan produk yang memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain keinginan dan kebutuhan konsumen saat ini, Pelaku UMKM juga harus mampu memprediksi dan menawarkan berbagai produk yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen dimasa yang akan datang. Seiring dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat/konsumen, banyak bermunculan usaha UMKM baru yang berusaha untuk memenuhi keinginan konsumen, dimana setiap transaksi menawarkan keunggulan atas produk yang dijual/ditawarkan.

Oleh karena itu, setiap pelaku UMKM harus cermat mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan konsumen demi menjaga kelangsungan usaha. Setiap Pelaku UMKM juga harus memiliki kemampuan untuk menarik dan memuaskan pelanggan dengan tetap menjaga kesinambungan tujuan inti yaitu memperoleh keuntungan dan meningkatkan volume penjualan.

Salah satu jenis usaha yang terus berkembang dan cukup menjanjikan adalah usaha barang perabotan rumah tangga (*furniture*). Peralatan rumah tangga adalah produk yang pasti ada di setiap rumah, tak heran jika toko online maupun offline yang menjual perlengkapan rumah biasanya bisa bertahan cukup lama. Sederhana sekali jika dilihat dari produknya, namun sebenarnya penjual mendapatkan banyak keuntungan darinya. Kebutuhan akan barang-barang rumah tangga sangat tinggi, setiap keluarga pasti membutuhkan produk ini. Hal ini membuat bisnis peralatan rumah tangga menjadi bidang usaha manis yang cukup menjanjikan.

Tabel 1.1 *Top e-commerce merchant segments*

Travel	58,9%
Clothes and Apparel	14,6%
Furniture and Household Goods	8,7%
Consumer Electronics	8,1%
Food, Health and Beauty	6,8%
Other	2,9%

Sumber: <https://binus.ac.id/bandung/2019/12/pertumbuhan-industri-dan-potensi-target-market-furniture-di-indonesia/>

Berdasarkan J.P. Morgan pada tahun 2019 menunjukkan bahwa industri *furniture* dan peralatan rumah tangga menempati urutan ketiga setelah

pariwisata dan *fashion* dengan persentase sebesar 8,7%, yang menunjukkan bahwa industri *furniture* masih menjanjikan dan memiliki pasar yang besar.

Dilihat dari segala peluang dan keuntungan yang ada terdapat juga kendala yang dialami oleh para usaha perabotan rumah tangga, salah satunya yaitu UMKM AIS GROSIR.

Tabel 1.2 Data produk yang terjual pada tahun 2022

Bulan (Tahun 2022)	Jumlah Produk Yang Terjual
Maret	1247 pcs
April	1382 pcs
Mei	829 pcs
Juni	1091 pcs
Juli	1013 pcs
Agustus	996 pcs
September	1035 pcs

Sumber: wawancara langsung dengan pemilik UMKM (2022)

Dapat dilihat dari tabel tersebut menunjukkan bahwa ketidakstabilan penjualan terlihat pada jumlah barang yang dibeli konsumen. Adanya ketidakstabilan penjualan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor. Berdasarkan hasil survey konsumen UMKM GROSIR AIS menyatakan bahwa kualitas dan harga produk yang ditawarkan cukup baik, mampu memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen. Namun 15 dari 20 konsumen yang saya survey awal mengatakan bahwa kualitas, promosi dan harga produk yang ditawarkan oleh AIS GROSIR kurang baik, karena beberapa produk masih belum tersedia, produk yang rusak, kemudian promosi yang digunakan hanya whatsapp saja. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen.

Dibandingkan dengan toko atau UMKM lain yang menjual furniture rumah yang sama, AIS GROSIR tidak jauh berbeda dengan yang lain, namun jika toko lain sudah memiliki toko sendiri, AIS GROSIR tetap berjualan di rumah karena belum memiliki toko. Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan bahwa telah terjadi keluhan konsumen terhadap produk yang ditawarkan atau dijual oleh AIS GROSIR. Dengan keluhan konsumen, UMKM harus menyelesaikan permasalahan tersebut agar keputusan pembelian konsumen meningkat dan ketidakstabilan penjualan tidak lagi terjadi.

Dengan latar belakang masalah tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Barang Perabotan Rumah Tangga Di UMKM AIS GROSIR Bangkalan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah harga perabotan rumah tangga pada UMKM AIS GROSIR berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian perabotan rumah tangga di UMKM AIS GROSIR?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dimaksudkan untuk memudahkan di dalam analisis selanjutnya dan lebih memudahkan di dalam pemecahan masalah. Ruang lingkup penelitian ini perlu dibatasi agar dapat lebih terarah dan mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis hanya membatasi penelitian pada pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui apakah harga perabotan rumah tangga pada UMKM AIS GROSIR berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian perabotan rumah tangga di UMKM AIS GROSIR

Sesuai permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada UMKM AIS GROSIR di Bangkalan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan promosi khususnya untuk UMKM AIS GROSIR dengan harapan dapat membawa UMKM ini kearah yang lebih baik.

1.5.2 Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan dibidang penelitian khususnya yang terkait dengan pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian barang perabotan rumah tangga.