

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis berkembang pesat di era globalisasi saat ini. Hal ini terlihat dari kemajuan dalam pengetahuan, teknologi, dan arus informasi yang harus ditransmisikan oleh bisnis untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen. Dengan perkembangan ini muncul persaingan bisnis yang ketat dan sengit, dengan pemikiran yang kritis dan penggunaan sumber daya perusahaan yang sebaik-baiknya, perlu diimbangi dengan persaingan di dunia bisnis sehingga mampu bersaing dengan bisnis lainnya. (Budi Prasetyo, Taopik Hidayat, 2019:937).

Pada umumnya ketika terdapat banyak pesaing maka pelanggan memiliki banyak pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Sehingga dampak dari hal tersebut adalah pelanggan menjadi lebih teliti dalam memilih produk yang ada di pasaran. Perusahaan ketika akan membuat produk yang akan dipasarkan harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumennya sehingga produk yang dihasilkan tetap bisa bersaing dengan produk yang ditawarkan dari perusahaan yang lain. Bagi konsumen, pasar yang menyediakan berbagai macam substitusi produk serta merek yang beragam membuat konsumen dapat memilih produk secara bebas. Jika produk bisa mencukupi keinginan dan kebutuhan konsumen, maka konsumen tersebut tentu akan membeli produk yang ditawarkan tersebut. (Silaningsih & Utami, 2018:145).

Banyak UMKM atau Industri rumahan yang terus bermunculan setiap tahun, yang menciptakan produk-produk baru ataupun produk yang sudah ada sebelumnya. Perkembangan industri makanan ini mencakup berbagai lini, salah

satunya makanan yang berbahan dasar dari buah pisang. Buah pisang yang sangat mudah di jumpai di Indonesia bisa dimanfaatkan menjadi berbagai macam jenis makanan, seperti keripik pisang dan sale pisang.

Home Industri "YUAN" yang terletak di Desa Balong Kabupaten Ponorogo ini sudah berdiri sejak tahun 2005, yang memproduksi makanan ringan yang berbahan dasar dari pisang. Awal mula berdirinya usaha ini dikarenakan faktor ekonomi pada saat itu yang membuat Ibu Damianti selaku pemilik usaha mempunyai ide untuk membuka usaha keripik dari buah pisang. Produk awal yang dibuat adalah keripik pisang, yang kemudian seiring berjalannya waktu kini produk yang dihasilkan bertambah yaitu keripik pisang, sale pisang dan keripik tales yang terus berjalan sampai saat ini.

Kemasan yang menarik, legalitas merek, kualitas produk, dan rasa keripik dan sale pisang "YUAN" hanyalah beberapa faktor yang dapat digunakan konsumen untuk mempengaruhi keputusan pembeliannya. Keripik dan sale pisang dari "YUAN" sangat populer di kalangan konsumen, tetapi penjualan tahunan tetap tidak stabil. Dapat dilihat data penjualan selama lima tahun terakhir berikut ini :

Tabel 1.1 Data Penjualan keripik dan sale pisang "YUAN" tahun 2017-2021

No	Tahun	Profit Penjualan
1	2017	110.800.000
2	2018	130.000.000
3	2019	120.000.000
4	2020	105.000.000
5	2021	95.000.000

Sumber : Laporan penjualan keripik dan sale pisang "YUAN" tahun 2017-2021

Berdasarkan data penjualan tersebut terjadi fluktuasi penjualan dimana terjadinya penurunan dari hasil penjualan dari tahun ke tahun. Menurut sumber yang penulis dapat saat melakukan observasi, terjadinya penurunan penjualan keripik dan sale pisang ini disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor pertama banyaknya kompetitor baru yang masuk ke pasar, sehingga lebih banyak barang yang bisa menjadi pilihan konsumen. Selain itu kurangnya informasi yang diketahui masyarakat tentang produk keripik dan sale pisang “YUAN” karena sistem pemasaran yang dilakukan oleh produsen masih mengandalkan word of mouth. Ada juga kendala dalam produksi ini dari bahan dasarnya sendiri yaitu pisang yang terkadang sulit untuk diperoleh, dikarenakan tidak semua jenis pisang bisa di olah menjadi keripik dan sale pisang.

Kualitas produk merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Konsumen akan menyukai produk yang memiliki tampilan desain yang menarik, daya tahan produk yang lama dan rasa yang sesuai dengan kebutuhan pembeli. Produsen kemudian harus selalu mempertimbangkan kualitas produk untuk memastikan memenuhi permintaan konsumen atau memenuhi kebutuhan mereka.

Promosi penjualan sangat dibutuhkan supaya produsen lebih mudah menyampaikan informasi mengenai produk yang dimilikinya kepada konsumen. Penyampaian informasi dilakukan melalui beberapa alat seperti koran, majalah, media sosial, poster, dan lain-lain. Sehingga dengan begitu masyarakat bisa mengetahui informasi tentang produk dari keripik dan sale pisang “Yuan” di pasaran.

Hasil penelitian dari Arinda dan Anik Lestari (2018) menyatakan bahwa kualitas produk dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian, tetapi ada juga hasil penelitian dari Jesica J. Linzum, James D.D. Massie, dan Decky Adare (2014) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian, sedangkan Eky Jumrotul Laila, Tri Sudarwanto (2018) menyatakan bahwa promosi penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan permasalahan yang ada tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang telah dijelaskan pada judul yang diambil dari latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan yaitu **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA USAHA KERIPIK DAN SALE PISANG “YUAN” DI DESA BALONG)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha keripik dan sale pisang “YUAN” di desa Balong?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha keripik dan sale pisang “YUAN” di desa Balong?
3. Apakah kualitas produk dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap pembelian pada usaha keripik pisang “YUAN” di desa Balong?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada usaha keripik dan sale pisang “YUAN” di desa Balong.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada usaha keripik dan sale pisang “YUAN” di desa Balong.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada usaha keripik dan sale pisang “YUAN” di desa Balong.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini mampu menambahkan ilmu serta memperluas wawasan peneliti tentang pengaruh kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan penelitian ini dapat membantu perusahaan memberikan masukan-masukan yang akan menjadikan lebih baik lagi kedepannya