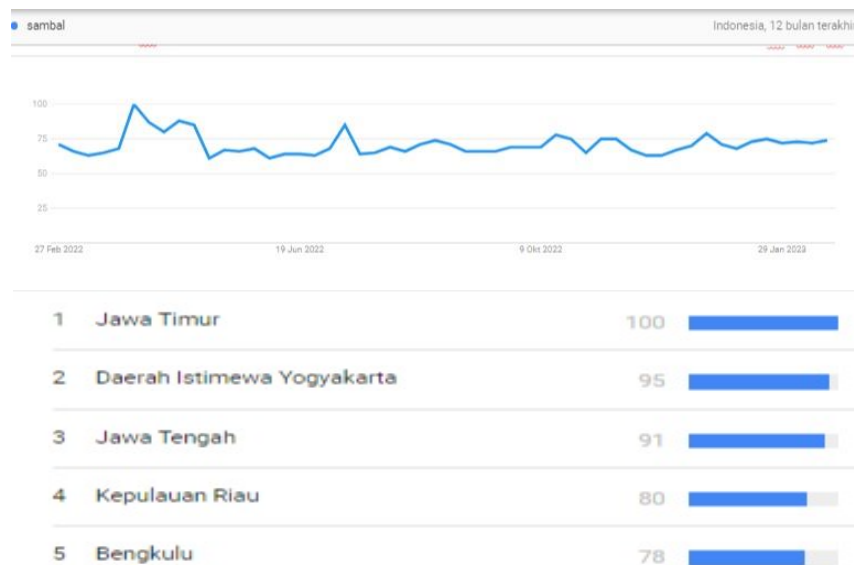


# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap sajian kuliner nusantara selalu dilengkapi sambal sebagai pelengkap baik saat di warung, restoran, tempat belanja selalu tidak lepas dari produk sambal ataupun makanan-makanan pedas yang berbahan dasar cabai. Rata-rata konsumen cenderung untuk menambahkan sambal atau saus sebagai pendamping makanan dan sudah seperti sebuah budaya atau kebiasaan masyarakat menyukai makanan yang mengandung unsur pedas. Jika diperhatikan pada setiap restoran atau tempat makan, setiap menu yang dihidangkan biasanya mereka menyediakan makanan-makanan dengan cita rasa yang memberikan sensasi pedas pada varietas makanan. Jika diamati bahkan makanan pedas mendominasi setiap menu hidangan yang ada, selain di lingkungan masyarakat kebiasaan makan pedas juga tumbuh di lingkungan keluarga seperti saat acara-acara keluarga dan hal tersebut merupakan salah satu kebiasaan yang tidak dapat dipisahkan dari mayoritas masyarakat di Indonesia. Banyak masyarakat Indonesia yang menyukai cita rasa pedas, berdasarkan data *google trend* saat ini Indonesia menduduki peringkat kedua dari seluruh dunia dengan konsumsi makanan pedas yang mendominasi pasar yakni sambal, sambal sering dianggap sebagai bahan makanan yang dapat melengkapi cita rasa kuliner yang ada. Tingginya permintaan akan sambal membuat setiap rumah makan saling berlomba-lomba mengembangkan inovasi terbaru terkait cita rasa sambal. Berikut ini adalah data *trend* minat konsumsi sambal di Indonesia tahun 2022:



**Gambar 1. 1 Trend Minat Konsumsi Sambal di Indonesia Tahun 2022-2023**

Sumber: Google Trends

Berdasarkan data *google trend* minat konsumsi sambal di Indonesia saat ini dengan peringkat pertama yakni berada di wilayah Jawa Timur, Hal ini menunjukkan bahwa sambal merupakan makanan pedas yang dinikmati kebanyakan orang dan memberikan kesempatan ataupun peluang bisnis dengan pertumbuhan yang cukup baik dari waktu ke waktu. Di Indonesia sendiri terdapat berbagai macam produk olahan sambal dan setiap daerah di Indonesia memiliki sambal dengan ciri khasnya masing-masing sebagai lambang daerah tersebut, salah satunya adalah Sambal Brinto, sambal khas asal Kecamatan Maduran, Kabupaten Lamongan.

Sambal Brinto adalah sambal aneka ikan laut dengan resep warisan nenek moyang dan merupakan salah satu produk UMKM olahan sambal khas Lamongan yang berdiri sejak 2015 dengan konsep *homemade*. Seluruh sambal yang di produksi oleh Sambal Brinto dibuat di dapur pribadi dan menggunakan

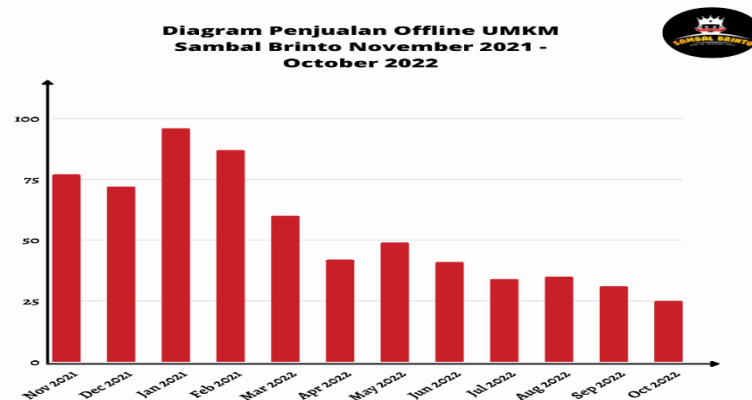
bahan-bahan alami dibuat dengan bahan baku cabai langsung diambil dari petani kemudian mengambil *seafood* ikan segar langsung dari para nelayan. Sambal Brinto memproduksi bermacam jenis varian sambal seperti ikan asap, ikan tongkol, ikan peda, ikan cumi asin, ikan klothok, ikan teri.

Potensi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Kabupaten Lamongan sendiri terbilang cukup baik setiap UMKM mendapat asupan dengan menerima pelatihan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang ada di Kabupaten Lamongan untuk mengembangkan produk agar layak dipasarkan dan menarik minat lebih konsumen akan produk yang ditawarkan dan UMKM Sambal Brinto merupakan salah satu UMKM di Lamongan yang mendapatkan arahan langsung dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Setempat, setiap pelaku usaha diajarkan tentang bagaimana *membranding* produk unggulan yang bisa diminati pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* Sambal Brinto, kekuatan dari UMKM Sambal Brinto sendiri yakni mereka mampu menciptakan produk olahan dengan hasil yang jauh lebih bagus dibanding dengan akademisi berpengalaman. *Owner* Sambal Brinto juga menjelaskan melalui wawancara secara langsung bahwa produknya akan lebih dikenal dan kuat di daerah asal berdirinya usaha yakni di Kecamatan Maduran, Kabupaten Lamongan. Karena persaingan dagang yang ketat, mereka selalu menciptakan produk inovatif dengan kualitas terjamin dan harga yang terjangkau.

Ketatnya persaingan bisnis dan banyaknya pelaku usaha di bidang kuliner olahan sambal, membuat UMKM Sambal Brinto saat ini merasakan secara langsung ketatnya persaingan bisnis yang ada. Banyaknya produk olahan sambal kemasan yang hadir di Kabupaten Lamongan membuat persaingan di

bidang bisnis ini menjadi semakin ketat, serta banyaknya ragam pilihan olahan sambal sejenis dengan variasi, bentuk, rasa, tekstur, yang beragam. Seperti para pelaku bisnis pada umumnya UMKM Sambal Brinto menginginkan penjualannya terus meningkat. Berdasarkan hasil wawancara terhadap UMKM Sambal Brinto didapatkan permasalahan yakni pada penjualan UMKM Sambal Brinto mengalami penurunan penjualan cukup signifikan dari bulan November 2021 hingga bulan Oktober 2022 yang dapat dilihat pada tabel berikut:



**Gambar 1. 2 Data Penjualan UMKM Sambal Brinto Nov - Oct 2022**  
Sumber: UMKM Sambal Brinto

Dari data tersebut dapat dilihat terjadinya penurunan penjualan yang cukup tajam hingga bulan Oktober 2022, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih jauh mengenai fenomena yang ada dan menjawab permasalahan yang muncul. Para pelaku usaha saat ini dituntut untuk bisa menarik konsumen sebanyak mungkin agar membeli produk yang dipasarkan. Maka dengan itu para pelaku usaha saling berlomba-lomba untuk mencari dan memperbaiki faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas produk, promosi dan harga.

Beberapa dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, konsumen biasanya selalu mempertimbangkan kualitas produk, promosi, dan harga yang ditawarkan pemasar sebelum mereka melakukan keputusan pembelian (Winardy et al., 2021). Perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang di ciptakannya, karena kualitas produk berperan penting dalam menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian suatu produk atau jasa di masa mendatang, maka pelaku bisnis perlu memperhatikan dengan seksama kualitas produk yang dihasilkannya. Sudaryono (2016), mengatakan bahwa kualitas produk didefinisikan sebagai penilaian pelanggan secara keseluruhan terhadap kebaikan kinerja barang atau jasa. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Perusahaan harus selalu bekerja dalam melakukan peningkatan kualitas produk mereka, karena kualitas produk yang baik dapat membuat pelanggan merasa puas dan mendorong lebih banyak pembelian di masa mendatang.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah promosi. Menurut Kotler & Keller (2016), promosi adalah suatu upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengarahkan dan mengingatkan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk atau jasa perusahaan. Adanya promosi sangatlah penting bagi perusahaan dan akan mempengaruhi setiap keputusan pembelian konsumen serta meningkatkan posisi kompetitif di pasaran.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yakni harga. Kotler & Armstrong dalam Wantara (2021), menjelaskan bahwa

harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh suatu produk yang diinginkan. Harga merupakan salah satu pertimbangan yang digunakan oleh konsumen ketika ingin membeli produk barang atau jasa. Adanya harga dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan dalam bisnis yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pasaran.

Anindita et al. (2020), menjelaskan bahwa adanya kualitas produk, harga, dan promosi dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Konsumen cenderung lebih memilih produk yang berkualitas dengan harga yang sesuai dengan harapan, keinginan, dan daya beli konsumen. Oleh karena itu, harga produk yang sebanding dengan kualitas serta promosi yang baik akan berdampak pada setiap pembelian yang ada.

Berlandaskan pada teori yang sudah ada, serta literatur yang membahas aspek mengenai keputusan pembelian konsumen, maka diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk sambal brinto lebih dalam. Mengeksplorasi dimensi yang meliputi; kualitas produk, promosi dan harga serta menguji hubungan antara variabel-variabel yang akan mempengaruhi hipotesis.

Berkaitan dengan masalah dan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM SAMBAL BRINTO DI KECAMATAN MADURAN, KABUPATEN LAMONGAN”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk UMKM Sambal Brinto?
2. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk UMKM Sambal Brinto?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk UMKM Sambal Brinto?
4. Apakah kualitas produk, promosi, harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Sambal Brinto?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Sambal Brinto
2. Untuk mengetahui apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Sambal Brinto
3. Untuk mengetahui apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Sambal Brinto
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, promosi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Sambal Brinto.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini peneliti diharapkan dapat mengetahui bagaimana konsumen melakukan keputusan pembelian pada produk UMKM Sambal Brinto, atau menjadi bekal bagi peneliti untuk menjadi wirausahawan yang handal di masa depan.

2. Bagi Perusahaan

Peneliti dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai kualitas produk, promosi dan harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk UMKM Sambal Brinto.

3. Bagi Akademis

Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana manajemen.