

BAB I

PENDAHULUAN

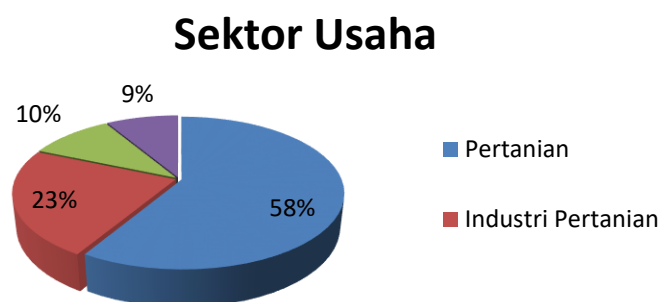
1.1 Latar Belakang Penelitian

Masyarakat Indonesia memiliki peran penting membantu pembangunan ekonomi nasional berbasis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kedudukan kegiatan ini merupakan basis di dalam perekonomian nasional, bersifat pilar dan strategis. UMKM berkontribusi besar terhadap produk domestik bruto (PDB) dan menyerap banyak tenaga kerja. Data BPS dan Kementerian Koperasi, dari seluruh kelas usaha menunjukkan bahwa usaha skala kecil di Indonesia menempati porsi sekitar 99%, artinya hampir seluruh usaha di Indonesia merupakan usaha kecil, hanya 1% saja usaha menengah dan besar (Sarfiyah dkk., 2019).

Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 sebagai berikut usaha mikro yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan. Usaha kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar (Trisnawati, 2016).

Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencapai 64.2 juta dengan PDB sebesar 61.07 persen atau senilai 8, 573.89 triliun rupiah. Kontribusi terhadap perekonomian meliputi penyerapan tenaga kerja sebanyak 97 persen dari total tenaga kerja. Menghimpun hingga 60.4 persen dari total investasi (Limanseto, 2021).

Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Kuningan Jawa Barat secara keseluruhan pada sektor usaha memiliki jumlah dan keanekaragaman yang banyak. Persentasi sektor usaha umum terbesar adalah sektor pertanian. Kondisi ini merupakan salah satu efek kebijakan Pemerintah Kabupaten Kuningan yang hingga saat ini ingin menjadi wilayah Agropolitan wisata termaju dengan meningkatnya jumlah pertumbuhan usaha. Rincian empat jenis kategori sektor usaha dan jumlah UKM tercatat dari Badan Statistik Kabupaten Kuningan tahun 2014 yaitu sektor pertanian 11980 UKM, Industri Pertanian 3376 UKM, Industri *Non* Pertanian 1232 UKM, dan Aneka Jasa 3522 UKM (Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kab. Kuningan, 2014). Data sektor usaha pertanian memiliki persentasi terbesar yaitu 59%. Dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1, Sektor Usaha UKM dari Badan Statistik Kabupaten Kuningan tahun 2014. Dukcapil Kab. Kuningan

Tingginya pertumbuhan dan persaingan UKM di bidang pertanian, berdampak pada banyaknya jumlah pesaing di bidang usaha yang sama, yaitu olahan makanan hasil pertanian. Pelaku UKM memerlukan cara dalam memenangkan persaingan, seperti strategi-strategi pemasaran yang optimal. Salah satunya adalah strategi pemilihan tepat dari aspek kualitas, harga, dan kemasan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sikap konsumen atas produk UKM saat dipasarkan. Merupakan kunci atas keberhasilan dan ketahanan dalam menjalankan usaha (Rafikasari & Fauzy, 2021).

Ketiga aspek tersebut saling memiliki keterkaitan mengenai penyebab keputusan pembelian konsumen. Contoh pengaruh kualitas produk dalam hal

tersebut adalah bagaimana produsen UKM menawarkan kualitas produk secara tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atas produk tersebut sehingga konsumen menganggap produk UKM cipta rasa layak dibeli. Pengaruh penentuan harga terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu pelaku UKM perlu mempertimbangkan harga atas nilai produk sebanding dengan nilai uang yang akan ditukarkan, karena hal tersebut memicu keputusan pembelian awal dan berkelanjutan. Kemasan produk UKM cipta rasa berfungsi sebagai cara untuk menyampaikan informasi tentang produk di dalam kemasan dan menjadi aspek pembeda dari produk UKM lainnya. Menjadikan suatu desain kemasan unik akan menarik penilaian awal konsumen dan meyakinkan konsumen terhadap produk didalamnya selalu terjaga kualitasnya (Vachel & Radianto, 2021).

Kelompok UKM “Bersama Maju” merupakan salah satu kelompok resmi dan tercatat pada disperindag Kabupaten Kuningan, berlokasi di Jalan Awirarangan Lingk. Ciweri RT. 03. RW. 06 Kabupaten Kuningan. Gambar 1.2. adalah sekretariat kelompok UKM Bersama Maju. UKM yang tergabung ke dalam kelompok ini adalah salah satunya UKM cipta rasa, dimana produk ciri khasnya makanan dari hasil pertanian yaitu kripik paria. Pemilik UKM cipta rasa atas nama ibu Umi Sumiati berlokasi di Jalan Awirarangan Lingk. Ciweri RT. 03. RW. 06 Kabupaten Kuningan. Produk kripik paria ini diproduksi dari bahan tumbuhan peria atau pare yang diolah menjadi bentuk kripik dan diberi bumbu lalu dimasukkan ke kemasan plastik dan siap dikonsumsi.

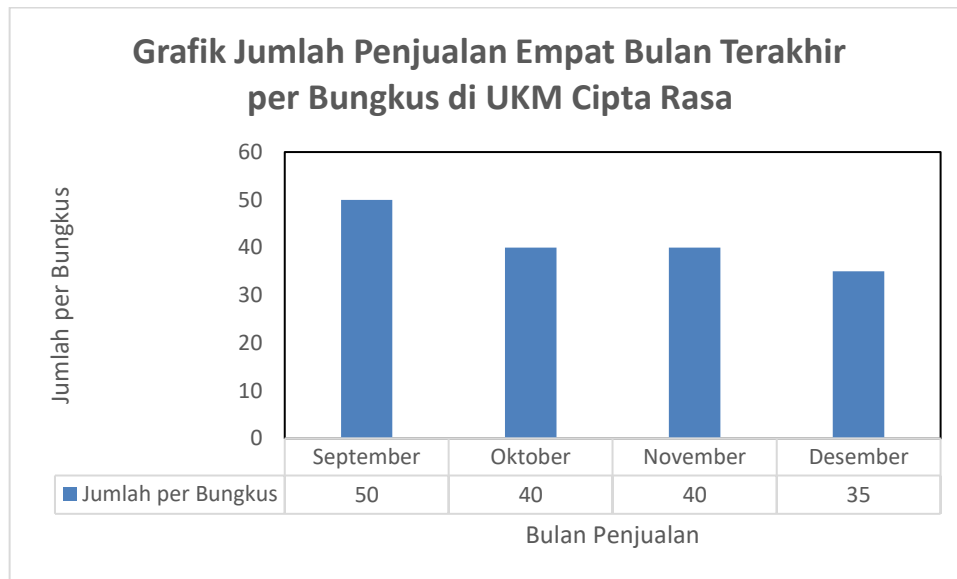


Gambar 1.2 UKM Bersama Maju. Kelompok UKM Bersama Maju

Sejarah dibentuknya kelompok UKM cipta rasa dilatarbelakangi keinginan pemilik untuk memiliki usaha kuliner pribadi dan didasarkan pengalaman pelatihan bersertifikat, kunjungan ke pabrik produksi makanan yang diselenggarakan oleh pemerintah. Penamaan UKM dipilih sesuai dengan salahsatu prinsip usaha yaitu cipta rasa memiliki arti menciptakan sebuah rasa ciri khas produk dari komposisi terbaik melalui percobaan meracik bukan meniru resep dari awal hingga menjadi produk berkualitas. Awal mula produksi dimulai tahun sekitar 1990 hingga resmi menjadi UKM tahun 2001 di di Jalan Awirarangan Lingk. Ciweri RT. 03. RW. 06 Kabupaten Kuningan, dan jumlah anggota produksi paling banyak 20 orang tetapi menyesuaikan dengan jumlah pesanan.

Masyarakat berpendapat dengan terbentuknya tempat produksi usaha ini membuka lowongan kerja dan menjadi tempat belajar mengenai cara usaha makanan. UKM cipta rasa memiliki potensi yang cukup bagus mengenai penjualan karena di daerah tersebut masih sedikit UKM berproduksi. Faktor tersebut didukung oleh potensi banyaknya pekerja pertanian, dan terdapat kelompok wanita tani (KWT) berperan mengumpulkan hasil tani atau mengolah bahan baku menjadi bahan setengah jadi sehingga menjamin ketersediaan bahan baku produksi.

Permasalahan utama dari UKM cipta rasa adalah tidak menentunya jumlah penjualan menyeluruh. Dipengaruhi oleh banyak faktor internal, seperti kualitas, harga, dan kemasan. Permasalahan di lapangan terjadi penurunan kualitas produk dari bahan baku, penjualan menurun, dan perbaikan kemasan. Permasalahan tersebut ditemukan setelah melakukan observasi dan wawancara langsung kepada pemilik UKM cipta rasa dan kepada 10 konsumen produk. Berikut data penjualan kripik paria dari tahun 2021. Didapatkan 4 bulan dimulai dari bulan September, Oktober, November, dan Desember.



Gambar 1.3 Data Penjualan 4 Bulan Terakhir. Data Pemilik UKM Cipta Rasa.

UKM Cipta Rasa

Gambar 1.3. menunjukkan total penjualan keseluruhan sebesar 125 bungkus. Tabel di atas disimpulkan bahwa terjadi penurunan jumlah penjualan setiap bulannya karena terdampak faktor kualitas, harga, dan kemasan dari penuturan 10 konsumen acak produk tersebut saat melakukan observasi dan wawancara di lokasi UKM cipta rasa hari rabu, 24 Januari 2022. Harga jual perbungkus Rp. 18.000 dengan berat perbungkus 1.4 kg.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas, harga, dan kemasan terhadap keputusan pembelian kripik paria oleh konsumen UKM cipta rasa di Kuningan Jawa Barat. Mengetahui pengaruh dari ketiga variabel ini, diharapkan akan membantu UKM dalam menentukan strategi operasional yang optimasi untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Rumusan Masalah

Penjualan produk kripik paria setiap empat bulan dengan harga jual Rp. 18.000/1.4 kg seharusnya mencapai 125 bungkus, keuntungan yang didapat Rp. 2.250.000. Terjadi penurunan jumlah penjualan setiap bulannya dimulai dari 4 bulan terakhir September, Oktober, November, dan Desember 2022 yang dipengaruhi oleh faktor kualitas, harga, dan kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penurunan penjualan yang berlanjut dapat membuat

terhentinya produksi hingga merugi akibat tidak berputarnya uang modal kerja. Diperlukan penelitian mengenai penyebab penurunan penjualan melalui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti kualitas, harga, dan kemasan. Mengetahui penyebabnya perlu dilakukan perbaikan dan peningkatan berdasarkan model prediksi, faktor yang perlu diperbaiki yang tepat agar penjualan dapat stabil dan bertambah.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian secara spesifik yang akan dicapai dari rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pengolahan, harga minimum penjualan di pasaran, dan kemasan produk UKM terhadap keputusan pembelian.
2. Memberikan strategi peningkatan penjualan kripik paria

1.4 Manfaat Masalah

Kebergunaan dan kontribusi dari hasil penelitian untuk pihak-pihak yang berkepentingan adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk melakukan penelitian tugas akhir dan menerapkan studi literatur yang telah dipelajari di bangku perkuliahan sebagai solusi permasalahan di masyarakat
2. UKM cipta rasa memiliki solusi atas permasalahan penjualan yang sedang terjadi
3. Institusi memiliki dokumen terhadap permasalahan pengaruh kualitas, harga, dan kemasan terhadap proses keputusan pembelian konsumen dengan metode regresi linier berganda. Hal ini dapat digunakan oleh mahasiswa ataupun akademisi sebagai salah satu acuan solusi permasalahan yang sama dikemudian hari.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan pembahasan masalah berdasarkan hal-hal yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel kualitas, harga, kemasan produk UKM Cipta Rasa.

2. Objek penelitian ini adalah UKM cipta rasa.