

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan di Indonesia dalam bidang perekonomian sangat pesat. Seiring dengan terus meningkatnya kebutuhan yang harus terpenuhi dalam setiap harinya, maka berbagai cara untuk mendapatkan penghasilan terus dilakukan oleh para perusahaan. Begitu pula dengan bisnis UMKM (Usaha Menengah Kecil Mikro) yang ada di Indonesia yang semakin lama semakin berkembang pesat. UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional. Pengembangan UMKM dapat memperluas bisnis ekonomi dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan perekonomian daerah serta ketahanan ekonomi nasional. Pengembangan Usaha Menengah Kecil Mikro merupakan kegiatan pengembangan yang ditujukan sebagai salah satu pilar ekonomi kerakyatan yang dapat menjadi penggerak utama perekonomian daerah.

Kegiatan perekonomian daerah seperti di Kabupten Blitar selama ini sebagian besar ditunjang oleh kegiatan yang bersumber dari usaha menengah, kecil dan mikro. Dibuktikan dengan terdapat banyaknya usaha-usaha kecil yang berbasis rumah tangga di daerah Kabupaten Blitar. Salah satu usaha yang memiliki persaingan ketat saat ini yaitu bisnis kuliner, dimana pada saat ini dunia kuliner menjadi *trend* dikalangan masyarakat dan merupakan kebutuhan pokok. Terlebih lagi Indonesia adalah negara yang dikenal dengan dunia kulinernya yang memiliki berbagaimacam jenis makanan yang banyak

diperjual belikan. Sehingga, membuat persaingan di bidang kuliner semakin tinggi, dan pengusaha dituntut untuk terus mempertahankan produk yang dijualnya agar terus dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaingnya yang memiliki produk sejenis. Dalam memasarkan produknya, perusahaan harus mengetahui bagaimana cara memberikan penawaran yang lebih baik pada pasar sasarannya dari para pesaingnya. Hal ini yang mendasari produsen untuk selalu siap menghadapi setiap perubahan dengan mengadakan penilaian dan memperbaiki strategi yang dilakukan dalam persaingan bisnis. Pemasar harus mampu memahami perilaku konsumen karena keberhasilan pemasaran sangat bergantung pada pemahaman dari perilaku konsumen. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan dan menjaga produknya adalah dengan mempertahankan maupun menjaga kualitas yang ada dalam produk perusahaan tersebut.

Kualitas produk pada perusahaan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan serta diutamakan oleh konsumen dalam membeli produk dari suatu perusahaan. Konsumen tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk yang akan dibeli. Dalam suatu usaha yang menjadi perhatian penting bagi konsumen untuk membeli produk makanan dari usaha tersebut adalah cita rasa, kebersihan makanan, dan cara penyajiannya. Konsumen cenderung tertarik dengan makanan yang memiliki rasa enak dan tata penyajian yang menarik. Hal ini berkaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi, yang sebagian besar konsumen kerap kali mengabadikan foto makanan yang mereka beli kemudian mempostingnya ke media sosial. Secara tidak langsung hal ini

akan mempengaruhi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kualitas produknya kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan pengusaha lain yang sejenis. Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup keandalan, kemajuan, daya tahan, kemudahan dalam pengoperasiannya, kekuatan, dan perbaikan produk. Kualitas produk memiliki Sembilan indikator, diantaranya gaya, kemudahan perbaikan, desain, keandalan, kesan kualitas, ketahanan, fitur, bentuk, dan kualitas kinerja. Pengaruh kualitas produk sangatlah penting untuk perusahaan sebab, kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk, pengalaman yang baik maupun buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan selera konsumen.

Selain kualitas produk, lokasi usaha merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Pemilihan lokasi atau tempat usaha juga perlu mempertimbangkan faktor lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar atau konsumen, kedekatan dengan tenaga kerja, kedekatan dengan supplier, dan kedekatan dengan fasilitas transportasi umum. Hal ini dikarenakan pemilihan lokasi yang tepat sering kali menentukan tingkat penjualan suatu usaha, sebaliknya pemilihan lokasi yang salah akan menghambat jalannya usaha sehingga akan membatasi kemampuan dalam memperoleh keuntungan.

Minat beli konsumen juga merupakan faktor pententu majunya suatu perusahaan. Minat beli merupakan sesuatu yang timbul dalam diri konsumen karena adanya ketertarikan terhadap produk yang diminati, dan diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk tersebut. Minat beli memiliki empat indikator yaitu minat transaksi, minat reflensial, minat prefensial, dan minat eksploratif. Jika konsumen merasa cocok dengan produk yang ditawarkan perusahaan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian pada produk yang dijual oleh perusahaan. Salah satu produk yang diminati oleh masyarakat adalah produk olahan kue kering. Di daerah Blitar produk ini banyak diminati oleh para konsumen, tempat produksi dan penjualannya pun juga banyak.

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin pesat, produk kue kering yang berbahan dasar tepung terigu, mentega, dan gula ini memiliki berbagai macam varian rasa dan bentuk. Olahan makanan ini merupakan makanan yang banyak disukai oleh semua kalangan, baik tua maupun muda, dan dari kalangan menengah ke atas maupun kalangan menengah ke bawah. Produk ini cocok dikonsumsi untuk teman santai, parcel lebaran, natal, tahun baru serta souvenir pernikahan dan acara lainnya. Cara pembuatannya sangat mudah, bahan-bahan yang digunakan mudah diperoleh dan aman serta tidak membahayakan apabila dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Salah satunya UMKM yang membuat olahan kue kering ini adalah UKM Aisa Cookies yang berada di Jl. Arjuna No. 52, Kelurahan Tawang Sari, Kecamatan Garum, Kabupaten Blitar. Usaha ini berfokus pada produksi berbagai macam

olahan kue kering. Usaha ini dirintis sejak tahun 2008, dan sedikit demi sedikit berkembang kemudian mampu bersaing dengan produk dari para pesaingnya. Pada tahun 2017 usaha ini resmi menjadi sebuah usaha dengan loyalitas hukum yang bernama UKM Aisa Cookies.

Berdasarkan pada latar belakang, maka peneliti mengambil judul penelitian sebagai berikut : **“ANALISIS LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI UKM AISA COOKIES”**.

B. Permasalahan

UKM Aisa Cookies yang memproduksi berbagai macam olahan kue kering ini memiliki kendala dalam menjalankan usahanya, yaitu tempat atau lokasi usaha ini yang sulit dijangkau oleh konsumen serta ketika harga bahan baku dalam pembuatan kue kering tidak stabil yang berdampak pada produksi kue kering. Sedangkan UKM ini harus tetap menjaga kualitas dari produk yang dijualnya agar konsumen tetap berminat untuk membeli produk dari UKM ini. Berikut ini adalah data penjualan kue kering UKM Aisa Cookies dari tahun 2015-2018.

Tabel 1.1
Data Penjualan Kue Kering UKM Aisa Cookies Tahun 2015 – 2018

Tahun	Penjualan (Rp)
2015	910.000.000
2016	880.500.000
2017	865.000.000
2018	850.000.000

Sumber : data penjualan, 2018

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa penjualan kue kering mengalami penurunan dari tahun 2015-2018, tahun 2015 penjualan kue kering sebesar Rp910.000.000. tahun 2016 Rp880.500.000, tahun 2017 Rp865.000.000, dan tahun 2018 Rp900.500.000, dari tahun 2015 ke tahun 2016 memiliki selisih sebesar Rp 29.500.000, dari tahun 2016 ke 2017 memiliki selisih sebesar Rp15.500.000, dan dari tahun 2017 ke tahun 2018 memiliki selisih sebesar Rp15.000.000.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan diatas, penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada UKM Aisa Cookies?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada UKM Aisa Cookies?
3. Apakah terdapat pengaruh lokasi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada UKM Aisa Cookies?

D. Tujuan Penulisan

1. Untuk menganalisis lokasi terhadap minat beli konsumen pada UKM Aisa Cookies.
2. Untuk menganalisis kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada UKM Aisa Cookies.

3. Untuk menganalisis lokasi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada UKM Aisa Cookies.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi UKM Aisa Cookies, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam mengembangkan produknya agar mampu menarik minat beli konsumen.
2. Bagi Peneliti, digunakan untuk bahan kajian dan menjadi referensi untuk penelitian yang diharapkan, dapat lebih mengerti dan melakukan riset permasalahan secara teori yang diaplikasikan dalam dunia nyata.
3. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar, sebagai tambahan informasi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu manajemen pemasaran, dapat dijadikan bahan referensi untuk melakukan penelitian.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.