

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia industri usaha yang semakin maju saat ini ditandai dengan pesatnya teknologi dan komunikasi di berbagai bidang industri seperti industri barang dan industri jasa. Industri barang maupun jasa dalam dunia bisnis menjadi daya tarik tersendiri bagi pelaku bisnis guna meningkatkan dan mengembangkan suatu produk yang dimiliki agar dapat memenangkan persaingan. Revolusi industri sekarang sudah memasuki industri 4.0 atau industri yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan pertukaran data terkini dalam teknologi pabrik. Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat pelaku bisnis dan perusahaan mengambil langkah-langkah serta mencari inovasi maupun strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan dan memasarkan produk demi menjaga eksistensi yang dimiliki guna meningkatkan keuntungan atau profit yang dihasilkan. Perkembangan bisnis di zaman sekarang ini membuat konsumen semakin cerdas dalam memilih suatu produk usaha yang ditawarkan melalui strategi pemasaran, pelaku bisnis maupun perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan efisiensi atau keberhasilan sebuah kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya biaya maupun sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan dan efektivitas merupakan keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau pencapaian suatu tujuan yang diukur

dengan kualitas, kuantitas dan waktu sesuai yang direncanakan sebelumnya dan tepat pada sasaran yang dituju. Banyak pelaku bisnis atau usaha yang saat ini berlomba-lomba membuat bisnis baik dalam bidang olahan makanan, minuman, barang maupun jasa salah satunya adalah usaha olahan makanan khas tradisional jenang yang tidak asing lagi bagi sebagian besar masyarakat Jawa, dari sini banyak pelaku bisnis memanfaatkan peluang dengan mendirikan bisnis jenang.

Produk makanan jenang berkembang dari masa ke masa seiring dengan banyaknya permintaan konsumen dan menuntut pelaku bisnis untuk menawarkan olahan jenang sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen. Jenang merupakan makanan khas tradisional yang turun-temurun serta beraneka ragam mulai dari bentuk, jenis, cita rasa, kemasan, dan warna. Perkembangan produk jenang menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya dengan memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran, strategi pemasaran menjadi alat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan keunggulan bisnis karena suatu perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan dengan lingkungan persaingannya, maka cepat atau lambat akan tersisih dari lingkungan bisnis, sehingga perlu dipikirkan suatu strategi yang tepat. Strategi pemasaran mempunyai ruang lingkup yang luas dibidang pemasaran diantaranya adalah dari segi kualitas produk, produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran yang menunjang tercapainya target dan pangsa pasar. Produk bisnis yang dipasarkan ataupun ditawarkan kepada konsumen harus memiliki

optimalisasi kualitas produk yang layak untuk dikonsumsi dan ciri khas dari masing-masing produk tersebut. Kualitas produk menjadi penentu faktor utama dalam menjamin kelangsungan pesanan produk dan juga tingkat profitabilitas perusahaan serta strategi pemasaran guna mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Strategi pemasaran lain yang tidak kalah penting dari segi kualitas produk adalah promosi, promosi merupakan awal suatu kegiatan yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam menawarkan dan memperkenalkan produk yang dibuat dengan tujuan menarik konsumen dan masyarakat luas baik didalam negeri atau diluar negeri. Perkembangan revolusi industri sekarang yang didukung dengan kemajuan teknologi memudahkan para pelaku bisnis untuk memasarkan barang maupun jasa kepada konsumen baik secara *offline* yaitu proses transaksi penjualan bertemu secara langsung dengan konsumen, maupun secara *online* yang pemasarannya dilakukan melalui media promosi yang sudah tersedia seperti internet, brosur, poster, televisi dan lainnya. Banyaknya media promosi yang digunakan serta keuntungan yang didapat membuat pengusaha produk jenang untuk memanfaatkan peluang usaha dengan promosi sebagai peningkatan penjualan. Promosi merupakan kegiatan penggabungan antara penjualan perorangan, pengiklanan dan publisitas (pengiklanan di media elektronik) untuk mempengaruhi konsumen dan masyarakat pada keputusan pembelian, dengan adanya media promosi melalui internet maupun media elektronik yang digunakan maka memudahkan konsumen mencari informasi mengenai

produk yang dibutuhkan, mengingat saat ini semua informasi disebarluaskan melalui media *online*.

Strategi promosi menjadi sesuatu yang penting bagi dunia industri bisnis ditambah dengan media promosi dan kualitas produk menjadi acuan suatu bisnis untuk berkembang dan bersaing dengan bisnis lainnya yang akan mempengaruhi tingkat keputusan konsumen untuk membeli. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan atau keinginan konsumen untuk membeli barang atau produk dengan inisiatif dari konsumen sendiri untuk memenuhi kebutuhan yang didasarkan pada apa yang dibeli sudah sesuai dengan kebutuhan dan manfaat pembelian. Perilaku membeli mengandung makna yakni kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam pertukaran uang dengan barang dan jasa serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan kegiatan tersebut. Berbagai pelaku bisnis jenang belomba-lomba menciptakan aneka jenis olahan jenang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga hal ini dapat dilihat banyak produk olahan jenang dari berbagai produsen jenang bermunculan. Beragamnya olahan jenang yang di produksi para pelaku usaha menjadikan pengusaha jenang untuk berinovasi serta mempertahankan keberlangsungan sebuah usahanya melalui keputusan pembelian.

UD. Kelapa Sari merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang produksi olahan aneka jenang. Adapun produk yang dihasilkan seperti jenang atau dodol, wajik, madu mongso dan lainnya. Produk olahan jenang terus berkembang seiring adanya permintaan dari konsumen, salah

satu makanan khas tradisional Jawa ini dimiliki oleh bapak Imam Muhtadi, beliau adalah pemilik UD. Kelapa Sari sekaligus memproduksi olahan jenang. Banyaknya peluang bisnis makanan olahan jenang memunculkan persaingan antar pelaku usaha jenang khususnya UD Kelapa Sari. Persaingan usaha jenang UD. Kelapa Sari dengan berbagai produk dan promosi usaha lainnya dilihat dari aspek seberapa konsumen tertarik dengan produk jenang untuk memenuhi kebutuhan, dan dilihat dari aspek produsen menjadikan kondisi pasar ketat dengan persaingan yang pada akhirnya produsen UD. Kelapa Sari harus menciptakan produk yang berkualitas dan promosi pemasaran yang tepat.

Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan, maka peneliti tertarik mengambil judul Skripsi tentang **“ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JENANG PADA UD KELAPA SARI KADEMANGAN”**.

## **B. Permasalahan**

Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi jenang sulit dicari sehingga proses produksi jenang tidak sesuai dan hal ini menyebabkan kualitas produk yang dihasilkan kurang karena kualitas bahan baku yang digunakan sekarang tidak sesuai dengan kualitas bahan baku yang dulu sehingga hal ini jelas mempengaruhi kualitas produk dan promosi yang

dilakukan juga berpengaruh karena jika bahan baku sulit maka proses produksi berkurang dan tingkat keputusan pembelian menurun.

**Tabel 1.1**  
**Data penjualan UD. Kelapa Sari**  
**Tahun 2016-2019**

Tahun	Jumlah Penjualan
2016	732.000.000
2017	365.000.000
2018	547.500.000
2019	146.400.000

Sumber : UD. Kelapa Sari, 2020

Dari tabel 1.1 kita dapat melihat penjualan dari tahun 2016 sebesar Rp. 732.000.000, tahun berikutnya tahun 2017 sebesar 365.000.000 mengalami penurunan penjualan drastis, kemudian pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 547.500.000, tahun 2019 penjualan mengalami penurunan sebesar 146.400.000. Data penjualan ini menunjukkan bahwa penjualan jenang selama 4 tahun terakhir mengalami naik turun, dikarenakan bahan baku yang digunakan untuk proses produksi sulit dicari sehingga mempengaruhi kualitas produk dan promosi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana analisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian jenang pada UD. Kelapa Sari ?
2. Bagaimana analisis promosi terhadap keputusan pembelian jenang pada UD. Kelapa Sari ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang di susun diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui analisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian jenang pada UD. Kelapa Sari.
2. Untuk mengetahui analisis promosi terhadap keputusan pembelian jenang pada UD. Kelapa Sari.

### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi STIE Kesuma Negara Blitar

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan kajian ilmu dan menambah referensi dalam dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan

manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Penulis

Dapat memahami dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya di bidang pemasaran mengenai kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi UD. Kelapa Sari

Dapat digunakan sebagai pedoman untuk perusahaan dalam mengembangkan usaha dan yang berhubungan dengan kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

4. Bagi Peneliti Berikutnya

Dapat menambah ilmu pengetahuan, bahan referensi dan menambah pemahaman mengenai hal-hal yang berhubungan dengan teori kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.