

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bentuk usaha masyarakat di Indonesia sangatlah beragam salah satunya ialah industri. Industri sendiri ialah usaha untuk meng-*upgrade* nilai suatu barang dengan penambahan seluruh atau sebagian dari barang tersebut. Dengan menghasilkan produk dengan nilai tinggi maka produsen juga akan mendapat keuntungan yang tinggi pula. Selain itu konsumen pun juga akan merasakan kepuasan ketika mengonsumsi produk nilai tinggi.

Industri Kecil Menengah atau yang biasa disebut dengan IKM merupakan kumpulan dari perusahaan-perusahaan kecil dan menengah.<sup>2</sup> IKM memiliki beberapa peran strategis dalam kontribusi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Peran tersebut antara lain: (1) jumlahnya besar dan tersebar diseluruh sektor ekonomi; (2) potensi besar dalam penyerapan tenaga kerja; (3) memanfaatkan bahan baku lokal; (4) produk yang dihasilkan adalah produk yang dibutuhkan masyarakat dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat yang membutuhkan.<sup>3</sup>

Tuntutan hidup masyarakat untuk mencukupi kehidupannya, mau ataupun tidak ia harus mau berkembang mengikuti perkembangan pradaban

---

<sup>2</sup> Arif Hoetoro, *Ekonomika Industri Kecil*, (Malang: UB Media, 2017), Hal. 127

<sup>3</sup> Zaenul Muchlas, "Strategi Inovasi dan Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) Agro Industri di Kota Batu", *Jurnal JIBEKA VOL. 9 No. 02*, Agustus 2015, Hal. 78.

dari segala aspek termasuk dalam berniaga. Sehingga pasti ada persaingan pasar yang terjadi. Guna menghadapi persaingan yang terjadi, produsen harus dapat membuat strategi baik produksi ataupun pemasaran yang mumpuni, sehingga dapat menarik minat konsumen.

Pada masa Pandemi Covid-19 ini memotivasi para produsen IKM untuk lebih melek teknologi, karena himbauan pemerintah mengenai pembatasan aktivitas di luar ruangan. Mereka mulai menggunakan fasilitas yang ada pada jejaring sosial media. Hal tersebut diharapkan untuk terus berkembang agar dapat menyokong perkembangan industri masyarakat.

Pada saat terjadi krisis moneter yang melanda Indonesia ada tahun 1997 hingga menggulingkan beberapa perusahaan besar Indonesia. Namun krisis tersebut tidak membuat IKM bernasib yang sama, mereka tetap berdiri untuk meminimalkan krisis dan fluktuasi yang dihadapi negara. Hal tersebut dikarenakan IKM mampu beradaptasi dengan cepat dan tinggi pada kondisi perekonomian yang berubah dengan drastis.<sup>4</sup>

Karena IKM merupakan industri dengan skala kecil, maka tak sulit baginya untuk bangkit ketika terjadi masalah yang berakibat pada kehancuran usahanya. Namun juga tak manajemen sedemikian agar kembali ke posisi awalnya, mengingat perekonomian Bangsa Indonesia yang didominasi oleh masyarakat yang bermata pencaharian di bidang bercocok tanam bukan masyarakat Industri.

---

<sup>4</sup> Obed Uumbu Kaballu dan Daniel Kameo, "Strategi Bertahan Usaha Kecil dalam menghadapi krisis ekonomi: Studi pada Industri Kecil Konveksi di Salatiga", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dian Ekonomi, Vol.07 No. 2, September 2001.

Pada saat ini total IKM di negara kita mencapai 3,9 Juta unit dengan kemampuan untuk memberikan lapangan pekerjaan bagi 9,14 juta orang, dari jumlah keseluruhan IKM yang ada Di Indonesia sekitar 75% didominasi oleh masyarakat pulau Jawa, dan sisanya 25% berada di luar Jawa. Sekitar <5% dari perkembangan IKM disandang oleh Indonesia bagian Timur.<sup>5</sup> Sehingga tak heran jika Pulau Jawa memiliki berbagai produk dengan inovasi-inovasi baru.

Namun walaupun Pulau Jawa memiliki presentase tertinggi di Indonesia, pemasaran pangsa pasar masih seputar pada daerah lokal dan regional saja, untuk nasional dan ekspor masih sangat minim. Hal ini dikarenakan karena produk masih belum mampu untuk bersaing dengan pasar internasional.

Faktor utama yang menjadi penghambat ialah kurangnya standardisasi kualitas dan kuantitas produk yang beredar, sehingga minat konsumen masih minim. Selain itu kepuasan konsumen juga berpengaruh penting terhadap keberlangsungan suatu produk untuk tetap laku di pasar. Dari segi kualitas standardisasi dapat ditinjau dari cara pendapatan dan pengolahan bahan baku apakah sudah sesuai dengan hukum yang berlaku dan apakah sudah bermanfaat positif bagi konsumen. Begitu juga dengan kuantitasnya apakah sudah memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat sehingga meningkatkan kepuasan ketika mengkonsumsinya.

Dalam cakupan Nasional Indonesia memiliki standardisasi yang biasa

---

<sup>5</sup> Anugerah Yuka Asmara dan Sri Rahayu, "Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah Melalui Inovasi dan Pemanfaatan Jaringan Sosial: Pembelajaran dari Klaster Industri Software di India", Peneliti di Pappiptek LIPI, Hal. 2.

kita sebut dengan SNI (Standar Nasional Indonesia). Badan hukum yang mengurus standardisasi ini ialah Badan Standardisasi Nasional (BSN) yang bertugas untuk mengkoordinasi penyusunan Standard Nasional Indonesia dan juga memberikan sertifikasi produk yang telah diuji kepada masyarakat. Namun berbeda lagi jika target pasarnya ialah MEA yang diikuti oleh berbagai negara di ASEAN yang tentunya memiliki perbedaan standardisasi di tiap-tiap negaranya. Sehingga hukum yang sejenis dengan Internasional (Mutual Recognition Arrangement) diterapkan di pasar MEA dengan istilah ASEAN Framework Agreement on Mutual Recognition Arrangement. Hukum ini ditujukan untuk memudahkan kegiatan ekspor-impor sehingga tidak perlu melalukan proses pengujian kembali, karena sudah memakai standar produk yang sama.

Pangsa pasar yang terdapat di Pulau Jawa yang sebelumnya sudah dikatakan bahwa memiliki presentase tertinggi dibanding luar Pulau Jawa. Pada bulan Agustus tahun 2018 lalu di Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur, Kepala Dinas Disperindag Pemkab Blitar telah menyerahkan tanda bukti merek secara simbolik kepada 80 IKM.<sup>6</sup> Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah IKM yang terdapat di Kabupaten ini sudah banyak dan sebagian besar sudah menstandarisasikan produknya dengan bukti lulus mendapat hak merk.

---

<sup>6</sup> Aunur Rofiq, "Tingkatkan Daya Saing, Disperindag Blitar Fasilitasi IKM Promosi dan Pemasaran Produk" *Jatim Times*, 28 Agt 2018, diakses tanggal 4 Oktober 2020 pukul 17.00 WIB. Dari Link <https://www.jatimtimes.com/baca/178066/20180828/204700/>

Dengan kepemilikan merk yang tertera pada produknya, IKM tersebut telah mampu membuka sayapnya untuk berkembang dalam skala regional maupun nasional. Ketika IKM mendaftarkan produknya untuk mendapatkan hak merek, maka produk tersebut harus melewati berbagai tahapan seleksi sebagai bentuk standardisasi terhadap kelayakan produk. Mulai dari seleksi kesehatan, kebersihan, keamanan dan kelayakan harus memenuhi standard. Dari segi kesehatan dan kebersihan tidak hanya pada produk yang dinilai namun juga dari tempat produksi produk hingga pengemasannya.

Selain banyak produk yang sudah mendapat tanda bukti merk pada produknya yang telah diakui oleh Disperindag Provinsi maupun Kanwil Kumham, IKM yang ada di Kabupaten Blitar juga memiliki Keunggulan dalam meminimalkan Biaya Produksi karena bahan baku yang dibutuhkan oleh para pemilik IKM biasanya bahan mentah yang diolah dari SDA setempat atau bahan setengah jadi yang didapat dari IKM di Kabupaten Blitar sendiri, dengan begitu biaya transportasi yang dibutuhkan juga sangat sedikit. Jadi peluang untuk berkembang lebih maju sangatlah besar. Pemerintah Kabupaten Blitar juga memberikan fasilitas melalui Disperindag untuk mengikut sertakan IKM pada pameran produk dalam skala regional maupun nasional. Hal tersebut bertujuan agar produk lokal dari Kabupaten Blitar juga mendapat hak untuk dilirik konsumen luas.

Selama ini kita ketahui bahwa kepuasan manusia tidak ada batasnya, untuk memenuhi segala kepuasan tersebut seseorang rela melakukan apa

saja untuk mendapatkan sensasi yang cenderung untuk kesenangan. Perilaku konsumsi masyarakat dapat dibagi menjadi dua yaitu perilaku konsumsi ekonomi yang cenderung hanya untuk membeli dan mengkonsumsi barang-barang yang dibutuhkan, dan yang ke dua ialah perilaku konsumsi non ekonomi yang mana perilaku ini lebih cenderung untuk kepuasan saja hingga terkadang digunakan untuk menunjukkan kelas sosial yang dilekatkan pada dirinya.

Kepuasan terhadap produk didapatkan apabila produk tersebut telah memenuhi ekspektasi yang menjadi imajinasi konsumen. Sebuah produk dapat memuaskan hati konsumen haruslah produk yang berkualitas dalam berbagai aspek, baik dari segi bahan baku, proses produksi dan juga pengemasan. Pada masa milenial ini banyak sekali inovasi dari produsen-produsen untuk memberikan image tinggi pada produk yang dijualnya. Baik dari penjualan ataupun pengemasan yang berbagai ragam.

Pemkab Blitar telah memberikan fasilitas kepada IKM dengan mengadakan pelatihan rutin minimal sebulan sekali yang sudah berjalan dari 2018 hingga sekarang. Dalam pelatihan tersebut Disperindag sebagai pelaksana mendatangkan mentor ahli dalam hal pemasaran produk, disana diajari bagaimana cara bersaing di pasar regional dan juga nasional. Saling sharing untuk memberikan ide-ide dan inovasi terbaru guna pengembangan semua IKM agar produknya lebih unggul.

Sehingga dengan pertimbangan tersebut peneliti ingin mengambil sampel Kabupaten Blitar untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Standardisasi Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Daya Jual Industri Kecil Menengah Di Kabupaten Blitar”.

## **B. Rumusan Masalah**

Penelitian ini hanya mengambil sampel dari Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur. Pokok-pokok masalah dalam penelitian ini ialah: “Bagaimanakah pengaruh standardisasi produk yang sesuai dengan hukum dan juga tingkat kepuasan konsumen terhadap peningkatan penjualan produk IKM dalam memajukan perekonomian masyarakat”.

Pokok permasalahan tersebut dapat dijabarkan dalam rumusan masalah berikut:

1. Bagaimana pengaruh standardisasi produk terhadap daya jual produk Industri Kecil Menengah?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap daya jual produk Industri Kecil Menengah?
3. Bagaimana pengaruh standardisasi produk dan kepuasan konsumen terhadap daya jual produk Industri Kecil Menengah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti susun, maka tujuan penelitian yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menunjukkan hubungan pengaruh standardisasi produk terhadap daya jual produk Industri Kecil Menengah di Kabupaten Blitar.
2. Untuk menunjukkan hubungan pengaruh kepuasan konsumen terhadap daya jual produk Industri Kecil Menengah di Kabupaten Blitar.

3. Untuk menunjukkan hubungan pengaruh standardisasi produk dan tingkat kepuasan konsumen dapat meningkatkan daya jual produk Industri Kecil Menengah.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

Dalam teorinya, penelitian ini diharapkan untuk mampu memberikan pengetahuan dan juga informasi yang relevan bahwa standardisasi yang memadai dan sesuai dengan hukum yang ditetapkan negara dan pemberian perhatian yang lebih untuk menciptakan kepuasan yang sesuai ekspektasi akan sangat berpengaruh terhadap daya jual produk.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Lembaga

Diharapkan mampu memberikan saran bagi Lembaga yang berwenang untuk lebih giat meningkatkan fasilitas yang bersifat mendorong perkembangan Produk Industri Kecil Menengah untuk tetap eksis dalam jangka panjang.

- b. Bagi Akademis

Diharapkan untuk dapat memberikan beberapa pemikiran mengenai faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan daya jual produk. Selain itu penambahan referensi yang bersifat kepustakaan sebagai literatur.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk mampu menambah informasi yang selanjutnya menjadi bahan literasi dalam penyusunan laporan penelitian selanjutnya.

#### **E. Penegasan Istilah**

Guna mempermudah pemahaman isi dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Standardisasi Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Daya Jual Industri Kecil Menangan Di Kabupaten Blitar” berikut penegasan dan penjelasan istilah:

##### 1. Konseptual

###### a. Standardisasi Produk

Standardisasi Produk ialah suatu patokan atau tatanan guna menyelaraskan kualitas dan kuantitas yang memadai. Standard ini harus dipenuhi oleh semua produk yang beredar di pasar, standard produk tergantung pada jenis produk karena standar produk makanan akan berbeda dengan standard produk minuman.

###### b. Kepuasan Konsumen

Perasaan konsumen yang telah mencapai atau melebihi ekspektasi atau harapan ketika mengkonsumsi suatu produk dengan rasa puas. Kepuasan biasanya terbagi menjadi 3 bagian yaitu puas, sedang dan tidak puas.

###### c. Daya Jual

Daya jual ialah penunjuk kekuatan suatu produk dalam kecepatan penjualan dan kemudahan masyarakat untuk

mendapatkan produk tersebut. Semakin banyak diketahui keberadaan produk pada masyarakat, maka semakin tinggi pula daya jualnya.

d. Industri Kecil Menengah

Industri merupakan usaha manusia untuk menyambung kebutuhannya dengan cara mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Industri Kecil Menengah atau yang sering disebut IKM ialah usaha pengolahan masyarakat Indonesia dalam skala kecil, usaha ini biasa kita temui pada masyarakat menengah hingga kebawah.

2. Definisi Operasional

Sesuai dengan Judul yang diambil sebagai penelitian ini, membahas mengenai pengaruh standarisasi terhadap produk IKM di Kabupaten Blitar yang menunjukkan bahwa hukum dan pendapat konsumen juga mempengaruhi keberlangsungan pemasaran suatu produk. Standarisasi yang berisikan SNI (Standard Nasional Indonesia), HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual), ijin P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan Labelisasi Halal dari LPPOM-MUI. Titik berat pada penelitian ini ialah penerapan standarisasi yang sesuai dengan hukum Indonesia, standarisasi tersebut mengenai kualitas dan kuantitas produk yang diperjual belikan.

**F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan skripsi ini terdiri dari 6 bab yang mana setiap bab terdiri dari sub-sub bab sebagai perinciannya, dan untuk menghasilkan suatu pembahasan yang sistematis, maka dalam penulisan skripsi ini disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan juga sistematika penulisan skripsi.

BAB II landasan teori yang berisi mengenai bahasan variabel penelitian dari variabel standardisasi produk dengan sub pembahasan SNI, HAKI, P-IRT dan Halal, variabel kepuasan konsumen, dan variabel daya jual produk. Selain itu juga terdapat kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III metode penelitian berisikan pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, variabel dan skala pengukurannya, sumber dan teknik pengumpulan data, dan instrumen penelitian.

BAB IV hasil penelitian yang menjelaskan bagaimana hasil dari penelitian, deskripsi data dan pengujian hipotesis. Selain itu pada bab ini juga mengemukakan temuan penelitian yang didapatkan.

BAB V pembahasan hasil penelitian, setelah mengetahui hasil penelitian pada bab 4 maka pada bab ini dibahas hasil penelitian mengenai hubungan teori-teori yang telah didapat pada penelitian terdahulu. Apabila ada kesamaan ataupun perbedaan dapat dibahas hingga terperinci.

BAB VI penutup, yang berisikan mengenai kesimpulan yang menjawab rumusan masalah dengan singkat, padat dan jelas. Selain itu pada bab ini juga terdapat saran yang bertujuan membangun.