

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di dunia usaha yang berkembang dengan potensi alam Indonesia sangat memberikan kesempatan untuk mendapatkan kegiatan bisnis dari sektor yang berpotensi di Indonesia. Indonesia sendiri memiliki banyak potensi, salah satunya adalah potensi pertanian, karena Indonesia sendiri sudah dibekali memiliki lahan pertanian yang cukup luas dan masyarakatnya terutama yang berada di desa adalah sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani. Pertanian adalah salah satu sektor yang berpengaruh dalam kehidupan masyarakat dari segala macam golongan, mulai dari golongan kebawah, menengah, dan ke atas, terbukti dengan kebutuhan pokok pangan yang mereka butuhkan sebagian besar adalah hasil dari sektor pertanian. Seiring berjalannya waktu kini banyak pemilik usaha yang menawarkan produk yang berhubungan dengan keberlangsungan sektor pertanian, namun hal yang pokok dalam pertanian itu selain lahan dan alat adalah bibit tanaman berkualitas yang akan di tanam oleh para petani, tidak jarang orang menawarkan produk bibit pertanian dengan berbagai macam cara dan strategi. Dengan munculnya berbagai macam usaha atau toko pertanian yang bersaing membuat usaha dari UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek semakin berusaha untuk meningkatkan strategi bersaing dengan terus meningkatkan strategi kualitas produk yang dimiliki dan strategi harga yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Dilihat dari segi ekonomi, penghasilan yang didapat

dari usaha ini cukup besar dan dapat menambah pendapatan masyarakat dan pemerintah, pemerintah mendapatkan penghasilan dari pajak yang di bayar oleh pemilik usaha, sedangkan masyarakat mendapatkan penghasilan dari bekerja membantu memenuhi kebutuhan produksi yang dilakukan setiap musim tanam padi yakni 4 bulan sekali.

Strategi-strategi yang digunakan perusahaan bertujuan untuk menghadapi persaingan dalam usaha yang dijalankannya, sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki strategi dalam menghadapi hal tersebut dari waktu ke waktu. Strategi yang digunakan perusahaan yaitu dengan meningkatkan kualitas produknya dan menentukan harga dengan baik dan sesuai. Perusahaan yang terus menjaga kualitas produknya dan memiliki harga yang sesuai, dengan tujuan untuk memuaskan para konsumen maka bisa dipastikan bahwa perusahaan tersebut akan mampu bertahan dan berkembang.<sup>2</sup>

Sebuah usaha akan semakin tajam dalam persaingan, walaupun pelanggan tetap ada namun daya beli mereka semakin terbatas, akibatnya pelanggan menjadi semakin kritis dalam melakukan pembelian atas produk yang mereka butuhkan. Dalam keadaan tersebut mendorong setiap bidang usaha untuk lebih bekerja secara profesional agar tetap dapat bersaing dan bertahan, setiap bidang usaha harus mampu menarik pelanggan dengan menawarkan produk yang berkualitas yang disertai dengan berbagai hal yang dapat menarik konsumen. Sebagai usaha yang bergerak dalam memenuhi

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006), hal. 174-175

kebutuhan pertanian UD. Bumi Ayu Kabupaten Trnggalek terus berusaha dalam membuat produk yang berkualitas karena sadar akan konsumen yang semakin kritis dan memperhatikan kualitas produk karena untuk keberhasilan panen para petani. Upaya yang dilakukan oleh Bapak Ashom untuk terus memberikan kualitas produk yang baik dengan berbagai hal agar tidak mengecewakan konsumen juga melibatkan masyarakat sekitar untuk proses pemenuhan produksi UD. Bumi Ayu kabupaten Trenggalek, dengan pengalaman dan pelajaran yang didapat kemudian juga ditularkan kepada masyarakat untuk terus brupaya menjadikan produknya menjadi lebih berkualitas dan terus diminati oleh konsumen.

Menurut Assauri:

Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan.<sup>3</sup>

Produk memiliki arti penting bagi usaha karena tanpa adanya produk, usaha tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, jadi ketika kualitas produk yang dimiliki oleh UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek dirasa bagus dan sesuai dengan keinginan maka petani sebagai seorang konsumen akan membeli produk tersebut, maka dari itu produk yang dimiliki oleh UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Kualitas produk yang semakin baik membuat kepuasan dan keputusan dalam pembelian semakin

---

<sup>3</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), hal.11

meningkat. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diutamakan pada keinginan pasar atau selera pelanggan.

Sebuah usaha akan sukses apabila mengutamakan kepuasan bagi para pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan, selain itu kepuasan pelanggan dapat menjadi alat bersaing bagi suatu perusahaan dalam menghadapi pesaingnya. Dengan kata lain, kepuasan merupakan tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang tersebut dalam memberikan tingkat kenyamanan dan kepuasan konsumen yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Kepuasan pelanggan atau konsumen berhubungan dengan perilaku konsumen atau pelanggan, karena dengan perilaku konsumen yang terbentuk dari kepuasan pelanggan maka akan menjadikan suatu keputusan dalam pembelian. Dengan seiring berkembangnya kebutuhan masyarakat petani padi akan bibit yang berkualitas dan unggul, di UD. Bumi Ayu kabupaten Trenggalek ini menyediakan berbagai macam bibit padi berkualitas dengan pengemasan yang menggambarkan bahwa produknya memiliki kualitas yang bagus. UD. Bumi Ayu kabupaten Trenggalek didirikan sendiri oleh pemilik usaha yakni Bapak Ashom yang juga cukup di percaya oleh badan pertanian Trenggalek untuk bibit dari hasil produknya ini.

Dengan demikian ketika suatu produk yang dihasilkan oleh UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek memiliki kualitas produk yang baik dan semakin sering konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk tersebut maka

sebuah usaha tersebut akan semakin meningkat produksi dan hasilnya. Selain itu suatu perusahaan ketika menginginkan sebuah usaha untuk lebih berkembang maka setiap usaha harus tersebut bisa memberikan kualitas yang baik serta memberikan rasa aman dan nyaman kepada para konsumennya, karena hal itu adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Keputusan memilih bibit tanaman pertanian sendiri juga didasari dengan kualitas produk, biasanya petani sendiri lebih menyukai membeli produk yang kualitasnya baik agar menghasilkan panen yang juga baik. Jadi petani akan mendengarkan penjual bibit memberikan keterangan beserta contoh hasil dari bibit tanaman dan keterangan dari sesama petani lainnya. Apabila sebuah usaha mampu memberikan kualitas yang baik dan rasa aman disertai kenyamanan kepada konsumen maka hal ini akan mengakibatkan suatu kepuasan tersendiri bagi konsumen maupun perusahaan, sedangkan jika sebuah kepuasan kepada konsumen dapat terbentuk maka kepercayaan konsumen kepada sebuah usaha tersebut akan tumbuh dan menjadi sebuah keberhasilan.<sup>4</sup>

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya dapat berubah dan diubah dengan cepat sesuai dengan keadaan, kondisi dan keinginan dari pembuat harga.

Menurut Tjiptono:

Harga juga menjadi salah satu indikator kualitas dimana suatu produk dengan memiliki kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat menjadi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Harga sendiri menjadi suatu nilai

---

<sup>4</sup> Griffin Jill, *Customer Loyalti*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal.72

tukar yang bisa disamakan dengan uang untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang bagi seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu.<sup>5</sup>

Harga suatu produk adalah nilai keseluruhan dari penawaran, termasuk nilai dari semua bahan mentah dan jasa yang digunakan untuk membuat suatu penawaran. Harga layanan mempertimbangkan semua elemen yang terlibat dalam pembuatan layanan, yang nantinya digunakan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang akan berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dengan menentukan strategi kualitas produk dan harga UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek dapat bersaing dengan pelaku usaha yang lain. Dengan adanya strategi-strategi yang terencana dengan baik dan matang maka dapat mengarahkan bisnis menuju arah yang lebih tepat dan mengantisipasi adanya kegagalan dalam usaha yang mungkin bisa terjadi. Pelaku bisnis membutuhkan adanya pemikiran mengenai strategi-strategi untuk menjalankan bisnisnya. Pemikiran ini nanti yang akan digunakan untuk mengatur kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Strategi-strategi yang digunakan perusahaan bertujuan untuk menghadapi persaingan dalam usahanya, sehingga perusahaan dituntut untuk melakukan pemaksimalan strategi kualitas produk dan harga untuk menghadapi persaingan usaha. Perusahaan yang mampu bertahan ditengah-tengah banyaknya persaingan berarti perusahaan tersebut mampu beradaptasi dan dapat dikatakan berhasil.

---

<sup>5</sup> Warnadi & Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal.

Pemilik usaha UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek membuat berbagai macam inovasi supaya produk yang dikeluarkan mampu menyesuaikan kebutuhan konsumen. Konsumen ingin mendapatkan produk dengan kualitas yang baik dengan sesuai harga yang dibayar. Tidak sedikit konsumen atau pelanggan yang beranggapan bahwa produk yang memiliki harga mahal adalah produk yang memiliki kualitas bagus. Produk benih padi yang ditawarkan oleh UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek selalu mengutamakan kualitas produk, namun memiliki penawaran harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. Dengan harga yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan kualitas produk yang bagus diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Bermula dari melihat keadaan kualitas produk yang menjadi salah satu pertimbangan dari konsumen untuk tertarik terhadap sebuah produk yang kemudian dijadikan strategi untuk meningkatkan minat konsumen. Selain kualitas produk yang dipertimbangkan oleh konsumen, harga juga menjadi pertimbangan selanjutnya yang selalu konsumen perhatikan, dengan harga yang tinggi memiliki kualitas terbaik hingga harga yang umum dan sesuai kebutuhan yang terpenuhi konsumen terpenuhi dengan adanya produk tersebut. Strategi kualitas produk dan harga yang menjadi sarana untuk menghadapi persaingan. Kemudian penulis membuat penelitian dengan berjudul “Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari pemaparan latar belakang yang sudah tertulis, maka rumusan masalah yang diambil adalah:

1. Bagaimana strategi kualitas produk pada UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek, untuk menarik minat beli konsumen?
2. Bagaimana strategi harga pada UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek, untuk menarik minat beli konsumen?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat memberikan maksud sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan strategi kualitas produk pada UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek dalam menarik minat beli konsumen.
2. Untuk menjelaskan strategi harga pada UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek dalam menarik minat beli konsumen.

## **D. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah ini digunakan untuk menghindari terjadinya penyimpangan serta pelebaran pada pokok masalah agar penelitian tersebut dapat memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup meliputi informasi mengenai strategi kualitas produk UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan penjualan produk dan kesejahteraan masyarakat dan petani.

2. Informasi yang disajikan mengenai strategi UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek dalam menarik minat beli konsumen. UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan petani.

### **E. Manfaat Penelitian**

#### 1. Secara Teoritis

Dapat memberikan pemahaman serta pengetahuan bagi pembaca terutama untuk ilmu ekonomi dan bisnis.

#### 2. Secara Praktis

- a. Bagi lembaga UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek dapat memberikan evaluasi dan strategi untuk pengembangan usaha yang dimiliki.
- b. Bagi akademik ini guna memperluas wawasan dan pengetahuan tentang strategi kualitas produk untuk meningkatkan minat beli konsumen.
- c. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah informasi ataupun referensi bagi peneliti selanjutnya.

### **F. Penegasan Istilah**

Tujuan dari penegasan istilah adalah agar pembaca dapat menyatukan dan juga memahami secara jelas mengenai dasar ataupun konsep yang telah dimuat dalam judul “Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek)”, sehingga makna-makna yang akan disampaikan dalam penelitian ini nantinya tidak ada

pembaca yang memberikan makna pemikiran yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti akan menyampaikan beberapa penegasan istilah yaitu secara konseptual dan secara operasional, antara lain:

#### 1. Definisi konseptual

##### a. Strategi

Strategi merupakan suatu rencana yang disatukan dalam mencapai tujuan akhir. Strategi merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan secara berbeda atau lebih baik dari kompetitor atau masa lalu untuk memberi nilai tambah kepada pelanggan sehingga mampu dalam mencapai sasaran jangka menengah maupun jangka panjang perusahaan.<sup>6</sup>

Strategi adalah suatu sasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir, namun strategi bukan sekedar sebuah rencana, akan tetapi strategi adalah rencana yang disatukan dalam sebuah tujuan dan aspek sebuah usaha agar tercapai tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat.

##### b. Strategi Bersaing

Persaingan bisnis diartikan sebagai kegiatan bersaing antar pebisnis satu dengan pebisnis yang lainnya dalam memenangkan pangsa pasar

---

<sup>6</sup> Ade Irawan, *Strategi Kebijakan Perizinan Terpadu*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka madani, 2020), hal. 27

guna melakukan penawaran terhadap produk baik barang maupun jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang dilakukan.<sup>7</sup> Dengan memaksimalkan pemanfaatan strategi kualitas produk dan harga yang ada, serta terus berinovasi untuk kemajuan sebuah usaha menjadi strategi bersaing dalam sebuah bisnis,

c. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk atau jasa untuk melaksanakan fungsinya dengan memperimbangkan berbagai aspek yang menjadi ciri khas dari produk tersebut dan mampu memenuhi angan-angan konsumen.<sup>8</sup>

d. Harga

Harga adalah salah satu indikator kualitas dimana suatu produk dengan memiliki kualitas tinggi akan berani diberikan bandrol harga yang tinggi pula. Harga berperan menjadi keputusan seorang konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Harga juga berperan sebagai nilai tukar yang bisa disamakan dengan nilai mata uang untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang bagi seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu.<sup>9</sup>

e. UD Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek

---

<sup>7</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, Cet. 1, 2004), hal. 371

<sup>8</sup> Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal.347

<sup>9</sup> Warnadi & Aris Triyono, *Manajemen...*, hal.31

UD adalah badan usaha yang dijalankan secara mandiri oleh satu orang saja dan tidak memerlukan suatu rekan usaha dalam menjalankan usahanya.

f. Minat Beli Konsumen

Minat Beli Konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan untuk memiliki suatu produk yang di tawarkan.<sup>10</sup>

2. Definisi Operasional

Dari adanya penegasan istilah secara konseptual yang sudah dikemukakan di atas, maka penegasan istilah secara operasional pada penelitian ini adalah untuk dikembangkannya strategi kualitas produk dan harga dalam menarik minat beli konsumen agar dapat dijadikan sebagai strategi bersaing yang dimiliki UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek untuk menghadapi persaingan pasar saat ini. Karena apabila strategi kualitas produk dan harga yang dilakukan tepat maka usaha dapat terus bertahan dengan baik dan berjalan dengan baik sesuai dengan yang sudah direncanakan serta mampu mencapai target penjualan dan mampu menghadapi persaingan bisnis. Selain itu dengan kualitas produk dan harga yang sesuai diharapkan mampu meningkatkan penjualan dan minat beli

---

<sup>10</sup> Soelistio, Yuwan, *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Paket Pos Indonesia*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 16

konsumen terhadap produk yang dimiliki UD. Bumi Ayu Kabupaten Trenggalek dan menjadikan perekonomian masyarakat lebih sejahtera.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan hasil penelitian ini akan disistematisasi menjadi lima bab yang saling berkaitan satu sama lain. Sebelum memasuki bab pertama akan didahului dengan halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, dan abstrak. Terdapat sistematika pembahasan skripsi untuk penyusunan laporan skripsi penelitian kualitatif sebagai berikut:

Bab I pendahuluan:

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah untuk penelitian lebih terfokuskan, manfaat hasil penelitian, penegasan istilah terdiri dari definisi konseptual dan operasional, serta sistematika pembahasan.

Bab II Pembahasan:

Bab ini meliputi landasan teori tentang teori- teori yang digunakan untuk memperkuat hasil penelitian, penelitian terdahulu sebagai bahan acuan, kerangka konseptual.

Bab III Metode penelitian:

Bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil penelitian:

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang meliputi paparan data hasil yang diperoleh dari penelitian lapangan, temuan penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah dan hasil analisis data.

**Bab V Pembahasan:**

Bab ini berisi tentang penjelasan hasil dari penelitian yang mana akan dihubungkan dengan teori atau tinjauan pustaka sesuai dengan penelitian ini.

**Bab VI Penutup:**

Bab ini berisikan kesimpulan penelitian dan saran yang ditujukan untuk tempat peneliti serta peneliti selanjutnya.