

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada hakikatnya bisnis merupakan suatu kegiatan yang mencakup pengadaan barang atau jasa yang diperlukan dan diinginkan konsumen. Bisnis juga memiliki tujuan memperoleh laba, pangsa pasar atau statment tertentu dan tercapainya keberlanjutan usaha.¹ Untuk mencapai suatu keberlanjutan usaha maka perusahaan memerlukan strategi dalam menumbuh kembangkan usahanya. Strategi dalam menumbuh kembangkan usaha dapat dilakukan dengan melakukan berbagai aktivitas seperti mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. Selain hal tersebut, perusahaan juga harus mampu memberikan nilai yang lebih pada konsumen dari pada yang ditawarkan pesaing lain. Pelaksanaan strategi tersebut nantinya akan berguna dalam menghadapi era globalisasi dan ketatnya persaingan di dunia industri.

Saat ini, industri pengolahan khususnya pengolahan makanan dan minuman tengah mengalami perkembangan yang pesat. Ketatnya persaingan dapat dilihat dari berbagai strategi yang diterapkan perusahaan mulai dari memberikan sentuhan inovasi produk, memenuhi permintaan yang sesuai dengan selera konsumen hingga menawarkan produk dengan

¹ Lyandra Aisyah M, dkk. *Pengantar Bisnis*. (Tangerang: UNPAM PRESS, 2020), hal. 1

harga yang terjangkau. Perusahaan menilai dengan menerapkan strategi tersebut akan membawa impact yang besar terhadap tingkat penjualan produknya. Salah satu perusahaan yang terus berusaha mengembangkan bisnisnya adalah Pusat oleh-oleh kuda terbang UD. Bu Sulasmi. Pusat oleh-oleh kuda terbang UD. Bu Sulasmi adalah perusahaan atau industri yang bergerak pada sektor pengolahan makanan khususnya makanan ringan tradisional. Berdiri sejak tahun 1985, pusat oleh-oleh kuda terbang kini telah dikenal oleh banyak orang.

Namun, tentunya tidak mudah juga untuk sebuah bisnis apalagi yang bergerak dibidang olahan makanan tradisional dapat bertahan selama kurang lebih empat dekade. Kita ketahui bahwa makanan ringan tradisional pada saat ini mulai kurang diminati dan tergantikan oleh makanan ringan modern yang biasa kita dijumpai diberbagai swalayan. Hal tersebut, terjadi akibat penilaian masyarakat terhadap makanan ringan tradisional yang kurang menarik dan hanya itu-itu saja, untuk itu perlu adanya strategi yang harus diterapkan agar usaha yang bergerak pada sektor olahan makanan ringan tradisioanl tetap bisa menjadi primadona dimata pelanggan serta berkelanjutan.

Dewasa ini pasti mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen tetap setia dalam mengkonsumsi suatu produk tertentu. Satu diantara faktor penting tersebut yaitu inovasi, inovasi adalah bentuk pengembangan suatu hal lama menjadi hal baru serta diadakannya nilai tambah terhadap produk tersebut. Inovasi produk adalah kegiatan

menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga memunculkan suatu minat beli terhadap produk tersebut.² Dengan diterapkannya inovasi, barang atau produk yang terkesan tidak atau memiliki nilai jual rendah akan menjadi suatu produk yang memiliki nilai jual tinggi.

Produk baik barang ataupun jasa tidak dapat dipisahkan dari inovasi, produk dan jasa yang tidak mengalami proses inovasi akan mengalami ketertinggalan. Hal tersebut didasarkan pada perilaku konsumen yang tidak hanya sebatas melihat nilai ataupun fungsi dari suatu produk yang dibutuhkannya. Melainkan, konsumen kini juga memperhatikan apakah produk yang dipilihnya memiliki nilai lebih dibanding produk lain yang sejenis.³

Keberhasilan inovasi produk juga dapat tercerminkan melalui proses inovasi dan lingkungan yang mendukung. Kesesuaian antara proses inovasi dan lingkungan ini dapat diidentifikasi melalui selera konsumen maupun penetapan harga barang dan jasa yang ditawarkan. Selera konsumen adalah tingkat keinginan yang dibutuhkan oleh konsumen, yang mana setiap konsumen memiliki subjektifitas berbeda terhadap selera yang diinginkannya. Dengan mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen pelaku usaha akan lebih dimudahkan dan tepat sasaran dalam membidik pasar yang pas bagi usaha yang dijalankannya. Dalam hal

² Nugroho Setiadi, J. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Predana Media, 2003), hal. 398-399

³ Aang Curatman, dkk. *Analisis Faktor –Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman*. (UNSWAGATI: Jurnal Logika Vol.XVIII No. 3, 2016), hal. 62

pemenuhan selera konsumen, pusat oleh-oleh kuda terbang harus memperhatikan apa saja yang diinginkan serta ketersediaan dalam menerima segala bentuk rekomendasi konsumen terhadap produk yang diinginkan.

Selain itu terdapat juga faktor harga, Harga atau price adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan suatu produk. Penetapan harga suatu produk, mahal ataupun murah akan memengaruhi permintaan konsumen. Apabila dalam hal ini perusahaan mampu melakukan penerapan harga produk yang sesuai dengan kualitas produk, dalam arti yang luas harga produk yang ditetapkan produsen sesuai dengan manfaat dan anggaran yang dimiliki konsumen maka, akan menjadi salah satu alasan peningkatan permintaan konsumen.

Adanya penerapan inovasi produk, pemenuhan selera konsumen serta penetapan harga yang berkesesuaian inilah yang kemudian dapat menciptakan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen sebelum membeli suatu produk. Keputusan pembelian konsumen akan direalisasikan dengan cara melakukan evaluasi terhadap alternative pilihan dan menentukan sikap untuk memutuskan membeli atau tidaknya pada alternative pilihan tersebut.

Melalui paparan teori diatas tentang pentingnya inovasi, selera dan harga dalam keputusan pembelian maka, pusat oleh-oleh kuda terbang harus terus berupaya melakukan terobosan agar produk oleh-olehnya semakin dikenal oleh banyak orang. Bergerak pada sektor olahan makanan ringan tradisional pusat oleh-oleh kuda terbang memiliki kendala terhadap

penjualan produk-produk tertentu yang kurang maksimal sehingga terjadi kemacetan perputaran modal untuk produksi oleh-oleh lain. Alasan peneliti melakukan penelitian pada Pusat oleh-oleh Kuda terbang dikarenakan ingin mengetahui apakah adanya inovasi produk, selera konsumen serta harga secara signifikan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Apabila hasil yang ditunjukkan dari penelitian ini berpengaruh maka hal tersebut dapat mendorong Pusat oleh-oleh Kuda terbang dalam memaksimalkan strategi produksi yang menunjang keberhasilan pemasaran produk oleh-olehnya.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk, Selera Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pusat Oleh-Oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, Blitar”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang. Dapat diidentifikasi adanya beberapa permasalahan diantaranya: penjualan yang melibatkan banyak komponen baik disadari ataupun tidak akan berdampak pada keputusan pembelian. Untuk mencapai keputusan pembelian dari konsumen diperlukan penggalan terhadap berbagai komponen baik yang disadari ataupun tidak disadari. Komponen yang dimaksudkan adalah sangat luas yakni dapat diartikan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi tercapainya tujuan awal penjualan.

Adapun penjualan erat kaitannya dengan mekanisme pasar yaitu permintaan dan penawaran. Faktor mekanisme pasar yang telah dipertemukan dapat berpengaruh besar terjadinya permintaan dan penawaran. Lalu keputusan pembelian sendiri erat kaitannya dengan permintaan. Tingkat permintaan barang didasarkan oleh konsumen pada suatu barang dengan subjektifitas tersendiri menyesuaikan tingkat kebutuhan konsumen. Subjektifitas tersebut antara lain: harga, pendapatan, periode, selera, harga barang lain atau substitusi, dan lain-lainnya.⁴

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pusat oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, Blitar?
2. Apakah Selera Konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pusat oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, Blitar?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pusat oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, Blitar?
4. Apakah Inovasi Produk, Selera Konsumen, Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pusat oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, Blitar?

⁴ Henry Sarnowo, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hal. 1

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas yaitu, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Inovasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pusat oleh-oleh UD. Kuda Terbang, Blitar.
2. Untuk mengetahui Selera Konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pusat oleh-oleh UD. Kuda Terbang, Blitar.
3. Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pusat oleh-oleh UD. Kuda Terbang, Blitar.
4. Untuk mengetahui Inovasi Produk, Selera Konsumen dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pusat oleh-oleh UD. Kuda Terbang, Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

Pada dasarnya penelitian berguna untuk memberikan pemahaman, informasi serta wawasan yang diperlukan dalam menyelesaikan suatu masalah yang diteliti dan membuat keputusan terhadap rumusan masalah. Untuk mengetahui secara detail kegunaan penelitian ini. Maka, adapun kegunaan penelitian dijabarkan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil daripada laporan ini diharapkan nantinya dapat dijadikan sebagai sumber wawasan dan ilmu pengetahuan bagi semua pihak atau perusahaan yang terlibat dalam hal pengelolaan inovasi produk, selera konsumen dan harga yang ditawarkan guna mengetahui tingkat keputusan pembelian.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademik

Manfaat bagi akademik yakni, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber acuan serta tambahan referensi bagi akademika dalam melakukan penelitian selanjutnya dibidang yang sama.

b. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti yakni, menambah pengalaman secara langsung dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi selama melakukan penelitian.

c. Bagi Pelaku Usaha

Manfaat bagi pelaku usaha yakni, dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan evaluasi dalam melaksanakan berbagai agenda kegiatan yang bermanfaat dalam meningkatkan nilai guna dan daya saing produk, sehingga berdampak jangka panjang terhadap persaingan usaha dimasa mendatang.

F. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini digunakan untuk menghindari terjadi perluasan atau pelebaran terhadap pokok permasalahan yang akan diteliti, yang mana hal ini sendiri bertujuan agar penelitian dapat lebih terarah dan fokus terhadap objek yang akan diteliti sehingga tercapainya tujuan daripada penelitian itu sendiri. Adapun beberapa batasan masalah yang telah ditetapkan peneliti, sebagai berikut:

- a. Fokus penelitian ini hanya terhadap pengaruh inovasi produk (X_1), selera konsumen (X_2) dan harga (X_3) pada keputusan pembelian (Y).
- b. Responden atau sampel pada penelitian ini adalah konsumen dari Pusat Oleh-oleh UD. Kuda Terbang, Blitar.

G. Penegasan Istilah

Guna menghindari adanya kesalahpahaman pembaca dengan peneliti mengenai istilah yang digunakan dalam penelitian. Maka, peneliti menegaskan beberapa istilah yang berhubungan dengan judul penelitian ini. Penegasan istilah yang perlu peneliti jelaskan yaitu sebagai berikut:

1. Inovasi produk

Inovasi produk adalah suatu usaha yang dilakukan perusahaan guna menciptakan produk baru yang bertujuan menyesuaikan selera konsumen dan tingkat penjualan.

2. Selera Konsumen

Selera konsumen adalah tingkat keinginan yang dibutuhkan oleh konsumen yang mana setiap orang memiliki subjektifitas berbeda terhadap selera yang diinginkannya.⁵

3. Harga

Harga merupakan suatu jumlah atau nilai jual yang digunakan sebagai tolak ukur pembelian, yang mana harga tersebut telah ditetapkan oleh penjual agar mendapatkan keuntungan.

4. Keputusan pembelian

Menurut susanto Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen melalui tahapan-tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu produk. Ditambahkan oleh assauri keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atau pembeli dipengaruhi pula oleh kebiasaan. Kebiasaan pembelian mencakup kapan waktunya pembelian dilakukan, dalam jumlah berapa pembelian dilaksanakan, dan dimana pembelian tersebut dilakukan.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Selera Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pusat Oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, Blitar”, memuat sistematika pembahasan sebagai berikut:

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hal. 229

1. Bagian Awal, bagian ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar bagan, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.
2. Bagian Inti, yang meliputi 6 BAB sebagai berikut:
 - a. BAB I Pendahuluan: Terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penelitian.
 - b. BAB II Landasan Teori: Terdiri dari kajian teori mengenai inovasi produk, selera konsumen, harga dan keputusan pembelian.
 - c. BAB III Metode Penelitian: Terdiri dari rancangan penelitian, populasi, sampling dan sampel, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data.
 - d. BAB IV Hasil Penelitian: Terdiri dari gambaran objek penelitian, deskripsi karakteristik responden, deskripsi variabel, uji keabsahan data, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis.
 - e. BAB V Hasil Pembahasan: Terdiri dari uraian hasil penelitian yang didapat melalui analisi data.
 - f. BAB VI Penutup: Berisi rangkuman hasil penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan sarana.