

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan diantara pengusaha untuk memperebutkan pangsa pasar yang tersedia semakin sulit. Namun perlu diikutsertakan perbedaan pada perilaku sikap, serta taraf keterbukaan untuk mendapatkan produk. Setiap perusahaan wajib bisa tahu kelangsungan hidup perusahaan tersebut menjadi organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan serta impian para konsumen sangat tergantung pada sikap konsumennya, hal ini ditimbulkan konsumen ialah bagian yang penting terhadap keberadaan produk dipasaran, dimana diterima ditolaknya suatu produk.

Memahami sikap konsumen krusial sekali bagi pengusaha, pemasar, juga biro iklan. Pemahaman mengenai bagaimana serta mengapa konsumen melakukan keputusan pembeliannya akan bisa membantu pasar untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang sempurna dalam menentukan taktik pemasarannya. Banyak pemasaran berpendapat bahwa ternyata konsumen tidak selalu mengandalkan aksi atau reaksi sinkron ramalan ekonomi. Hal ini ditimbulkan sebab pada umumnya konsumen bersikap selektif terhadap suatu produk yang dipasarkan, ini berarti tidak seluruh produk yang dipasarkan pembuat, akan diterima atau mengakibatkan respon untuk membelinya.

Semakin majunya perekonomian serta teknologi, berkembang juga tak tik yang wajib dijalankan perusahaan, khususnya pada bidang pemasaran. Oleh sebab itu perusahaan perlu tahu atau menyelidiki sikap konsumen pada hubungan dengan pembelian dilakukan oleh konsumen tersebut. Penentuan jenis produk atau jasa konsumen selalu mempertimbangkan prihal produk atau jasa yang diperlukan, hal ini dikenal dengan sikap konsumen. Teori ekonomi akan selalu berupaya memaksimalkan kepuasan serta selalu bertindak rasional. Para pelanggan memaksimumkan kepuasannya, kemampuan finansialnya kemungkinan mereka mempunyai pengetahuan tentang alternatif produk yang mampu memuaskan kebutuhan mereka.

UD darma Makmur adalah usaha yang dimiliki oleh bapak Daeminto. Sebuah usaha di bidang pangan yang memproduksi krupuk, krupuk itu di namai krupuk selmiler yang terbuat dari ketela singkong yang dihaluskan setah tu campur dengan bahan lainnya lalu di cetak dan di jemur di bawah sinar matahari langsung sebelum digoreng dan menjadi kripik yang siap di makan.

Awal mula berdirinya UD darma Makmur pada tahun 2012 berawal dari pemilik tidak bisa menjual singkongnya dikarenakan kurang bagus dan uang harus terus berpitar, oleh sebab itu pemilik memutar otak agar dagangannya menghasikan uang yatu dengan cara mengolah singkong menjadi krupuk yang dinamai dengan krupuk selmiler, dan di jual di tempat wisata dan di titipkan di toko juga.

Penghasilan dari usaha krupuk selmiler ini sangat menguntungkan sekali perharinya pemilik bisa menghasilkan uang Rp. 500.000-Rp. 700.000, dihari merah bisa menghasilkan uang sebesar Rp. 700.000-Rp. 1.000.000, penghasilan kotor dari hasil krupuk selmiler.

Minat beli adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Secara sederhana minat dapat diartikan sesuatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadikan objek dari minat itu tersebut disertai perasaan senang.²

Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bahwa lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode. Adapun faktor yang mempengaruhi minat yaitu:

1. Kebutuhan fisik, social, dan egoistik
2. pengalaman³

minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan Tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau Tindakan. Minat membeli ialah suatu yang bekerjasama menggunakan planning konsumen buat membeli produk tertentu serta seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan dalam beberapa periode tertentu. Bisa dikatakan minat beli merupakan pertanyaan mental asal diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk menggunakan merek tertentu.

² Sadono sukirno, *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008) hal 6

³ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011), hal 64

Individu yang berminat terhadap suatu objek akan mempunyai kekuatan untuk melakukan serangkaian tingkah laku supaya mendapatkan objek tersebut. Minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi, seorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli. Perilaku konsumen merupakan Tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli Tindakan ini. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Minat membeli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan dalam beberapa periode tertentu. Dapat dikatakan minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Minat membeli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan dalam beberapa periode tertentu. Dapat dikatakan minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.⁴

⁴ Nugroho J. Setiadi, *prilaku konsumen, konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*, (Jakarta: Kencana 2008), hal 3

Dari uraian tersebut dapat melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Krupuk Selmiler**”

B. Identifikasi Masalah

Berlandaskan dari latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan diatas maka identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Pengaruh kemasan dalam mempengaruhi minat beli pada produk krupuk selmiler.
2. Pengaruh harga dalam mempengaruhi minat beli pada produk krupuk selmiler.
3. Pengaruh kualitas produk dalam mempengaruhi minat beli pada produk krupuk selmiler
4. Pengaruh promosi produk dalam mempengaruhi minat beli produk krupuk selmiler

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Apakah dimensi kemasan menjadi faktor penentu minat masyarakat membeli krupuk selmiler?
2. Apakah dimensi harga menjadi faktor penentu minat masyarakat membeli krupuk selmiler?
3. Apakah dimensi kualitas produk menjadi faktor penentu minat masyarakat membeli krupuk selmiler?

4. Apakah dimensi promosi menjadi faktor penentu minat masyarakat membeli krupuk selmiler?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas tujuan yang akan diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor kemasan mampu memberikan pengaruh positif terhadap minat beli produk krupuk selmiler.
2. Untuk mengetahui faktor harga produk mampu memberikan pengaruh positif terhadap minat beli produk kripik selmiler.
3. Untuk mengetahui faktor kualitas produk mampu memberikan pengaruh positif terhadap minat beli produk selmiler.
4. Untuk mengetahui faktor promosi produk mampu memberikan pengaruh positif terhadap minat beli produk selmiler.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di dapatkan hasil penelitian yang memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat dalam praktis sebagai berikut.

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat dalam teoritis yaitu untuk menambah wawasan pengetahuan dan meningkatkan perekonomian di Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini memberikan manfaat dalam praktis bagi akademisi, peneliti, dan peneliti selanjutnya sebagai berikut.

a. Bagi akademi

Mampu menghasilkan lulusan Jurusan Ekonomi Syariah yang profesional dalam bidang yang dikuasainya dan dapat memberikan masukan yang baik.

b. Bagi peneliti

Mampu menyelesaikan tugas akademik skripsi sebagai syarat kelulusan dan dapat menambah pengalaman dan dapat menambah wawasan dan informasi yang lebih luas.

c. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penulis berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan atau bahan informasi.

F. Ruang Lingkup dan Penelitian

1. Ruang Ligkup Penelitian

Penelitian dilakukan pada konsumen di kecamatan megaluh kabupaten jombang. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap minat beli produk krupuk selmiler.

2. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki banyak faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap minat beli produk kripik selmiler tetapi penulis

hanya mengambil variabel prediktor sebanyak tiga yaitu kemasan, harga produk, dan kualitas produk.

Responden yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen kripik selmiler di Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang .

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Berdasarkan pada variabel dari penelitian di atas, maka perlu kita ketahui definisi atau pengertian antara masing-masing variabel yaitu sebagai berikut.

a. Kemasan

Kemasan adalah salah satu bidang dalam desain komunikasi visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan kedalam Bahasa visual.⁵

b. Harga Produk

Harga adalah instrument penting dalam jual beli, Ketika harga yang ditawarkan itu wajar dan sesuai dengan mekanisme pasar serta aturan yang berlaku maka akan terjadi keadilan harga. Namun, jika harga itu ditetapkan dengan cara batil yang dimasuki unsur-

⁵ Masayu Endang Apriyanti, *pentinya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan*, Sosio e-kons, volume 10, no 1, 1 April 2018.

unsur politik, syahwat mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, maka yang akan terjadi adalah ketidakadilan harga⁶

c. Kualitas produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (core) produk itu sendiri⁷

d. Promosi

Promosi adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.⁸

2. Definisi Operasional

Penegasan istilah secara operasional dalam penelitian ini meliputi :

- a. Kemasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seberapa menarik kesan di mata konsumen.

⁶ Supardi, *kosep harga dalam ekonomi islam*, (Bogor: guepedia publisher) hal 9

⁷ Weens Jackson R.S, *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pebgaruhnya Terhadap Keputusan Pembelan Spring Ben Comforta*. Jurnal EMBA, vol. 1, No. 4 4 Desember 2013

⁸ Shofja Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep, Dan Strategi*, (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007), hal. 240

- b. Harga produk yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu seberapa menarik nilai yang ditawarkan.
- c. Kualitas produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sejauh mana tingkat kepuasan konsumen untuk membeli produk krupuk selmiler.
- d. Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sejauh mana tingkat kepuasan konsumen untuk membeli produk krupuk selmiler.

H. Sistimatika Penulisan

Sistimatika penulisan ini tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan akhir penelitian. Adapun bagian isi, penelitian terdiri dari enam bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini. Dalam pendahuluan ini membahas beberapa unsur yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti pemasaran, minat beli, kualitas

produk, harga, kemasan, dan promosi. Penelitian terdahulu sebagai pembanding dalam penelitian ini, kerangka berfikir penelitian dan hipotesis penelitian dibagian akhir bab.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi uraian yang terdiri dari kerangka penelitian (pendekatan penelitian dan jenis penelitian), variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, kisi-kisi instrumen, instrumen penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi uraian yang terdiri dari deskripsi data, dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi dari pembahasan rumusan masalah pertama samapai pembahasan rumusan masalah terakhir

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini berisi uraian yang terdiri dari kesimpulan, implementasi penelitian, dan saran.