

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini selain karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas bisnis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah memiliki peranan penting dalam kehidupan kita. Di masyarakat, istilah UMKM lebih populer dengan sebutan usaha informal. Disebut berperan penting karena jumlah UMKM begitu banyak (berarti menyerap tenaga kerja yang banyak pula), dan lebih tahan terhadap situasi negara. Ketika terjadi krisis moneter (Krismon) pada tahun 1999, sejumlah konglomerat berguguran, tetapi tidak demikian bagi pengusaha kecil (UMKM). UMKM telah mempunyai strategi sendiri, dengan cara membuat produk khusus dan unik agar tidak bersaing dengan perusahaan besar bahkan berperan sebagai perusahaan besar sebagai pemasok komponen produk atau suku cadang. Daerah pemasarannya pun tak jauh sehingga perilaku konsumen dapat dipahaminya secara akurat. UMKM itu bermodal kecil, luwes

dan terkadang disertai sejumlah inovasi. Itu berakibat UMKM dapat menjanjikan kesuksesan, kepuasan dan berkembang menjadi lebih besar.

Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil merupakan bagian terintegrasi dalam program pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Sulawesi Selatan. Kegiatan pengembangannya ditujukan sebagai salah satu pilar ekonomi kerakyatan yang dapat menjadi penggerak utama perekonomian daerah.

Kegiatan perekonomian daerah seperti di Kabupaten Pangkep selama ini sebagian besar ditunjang oleh kegiatan yang bersumber dari usaha mikro, kecil dan menengah. Hal itu terbukti dalam kenyataan yang kita lihat sekarang bahwa di sudut Kabupaten Pangkep saat ini telah terdapat banyak usaha-usaha kecil yang berbasis rumah tangga.

Sejak dulu dange merupakan jenis makanan khas Pangkep yang berbahan dasar gula merah, kelapa dan tepung ketan hitam yang banyak dijumpai di pinggir jalan, hingga saat ini pun usaha dange masih sangat digemari, namun perubahan gaya hidup, selera dan tata cara dalam menikmati atau mengkonsumsi makanan pada masyarakat membuat para pengusaha kuliner mencari ide-ide baru mengenai usaha yang dianggap lebih modern dan akan lebih di sukai.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan pembelian. Konsumen tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk yang akan dibeli. Dalam suatu usaha yang menjadi perhatian utama konsumen adalah cita rasa, kebersihan makanan serta cara penyajiannya. Konsumen biasanya lebih tertarik dengan makanan yang selain rasanya enak dan juga memiliki tata penyajian menarik. Hal ini berkaitan dengan

kemajuan zaman dan teknologi, dimana sebagian besar konsumen kerap kali mengabadikan foto makanan yang mereka beli dan mempostingnya di media sosial. Secara tidak langsung hal ini akan mempengaruhi Perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kualitas produk atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan pengusaha lain. Menurut Kotler & Amstrong (2007) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk, pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen.

Selain kualitas produk terdapat faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen yaitu pertimbangan masalah harga. Faktor penting yang bisa mempengaruhi keputusan konsumen untuk singgah membeli dange kebanyakan dari kalangan mobil panther dan bus yang memiliki penumpang perjalanan jauh. Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak hanya menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai

suatu produk. Pemasaran produk perlu memahami aspek psikologis dari informasi harga yang meliputi harga referensi (*reference price*), inferensi kualitas berdasarkan harga (*price-quality inferences*) dan petunjuk harga (*price clues*) (Kotler dan Keller, 2009:125).

Setelah mempertimbangkan kualitas produk dan harga, konsumen juga mempertimbangkan Pemilihan lokasi. Lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat sering kali menentukan tingkat penjualan suatu usaha. Salah satu usaha yang memerlukan adanya lokasi usaha yang tepat adalah usaha dange.

Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep sudah banyak ditemui berbagai usaha-usaha. Berikut ini data perkembangan usaha

Tabel 1.1 Jumlah Usaha Menurut Desa/Kel di Kecamatan Mandalle 2015

Desa/ Kelurahan	Jumlah Usaha	
	Kecil	RumahTangga
Benteng	6	26
Maggalung	12	18
Boddie	7	50
Tamarupa	8	30
Coppo Tompong	5	21
Mandalle	9	25

sumber: Data Desa/Kel di Kecamatan Mandalle 2015

Menurut observasi awal Warung dange di Desa Benteng lokasinya rata-rata strategis dan juga harga yang ditawarkan terjangkau begitu pun dengan kualitas produknya yang berkualitas sehingga peneliti berinisiatif untuk meneliti di Desa tersebut, karena dilihat dari latar belakang penghasilan Desa tersebut

mengalami penurunan dikarenakan berkurangnya konsumen yang datang dan melakukan pembelian ke warung dange tersebut.

Lokasi atau tempat usaha adalah salah satu unsur dari bauran pemasaran yang diharapkan dapat mendukung keberhasilan program pemasarannya. Lokasi yang tepat merupakan modal untuk mencapai tujuan, sebaliknya pemilihan lokasi yang salah akan menghambat segala gerak-gerik usaha sehingga akan membatasi kemampuan dalam memperoleh keuntungan. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi usaha. Selain itu, dapat memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk usaha yang diberikan. Selain kedekatan dengan target pasarnya, ketersediaan infrastruktur yang memadai juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha (Hidayat, 2014).

Ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi kelangsungan dan kesuksesan jalannya suatu usaha karena saling berhubungan dengan keputusan pembelian atau minat berkunjung para konsumen. Berdasarkan penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh lebih besar adalah kualitas produk, diikuti oleh harga dan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah lokasi.

Hasil analisis dengan menggunakan uji T menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas produk secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan berdasarkan analisis koefisien determinasi

menunjukkan sekitar 50.6% dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, lokasi dan kualitas produk (Andanawari, 2014).

Terdapat pula hasil penelitian yang lainnya, dimana menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 62,3% berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Bandeng Juwana Elrina Semarang (Ghanimata, 2012). Berdasarkan dari penjelasan tersebut maka, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji atau membuktikan bahwa adanya pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep?
2. Apakah harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep ?

3. Apakah lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep.
2. Untuk mengetahui harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep.
3. Untuk mengetahui lokasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep.

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis dan praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat teoritis
 - a. Memberikan informasi yang bermanfaat kepada pelaku usaha yang memiliki permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.
 - b. Memberikan ilmu pengetahuan terutama di bidang pemasaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

- c. Memberikan kontribusi berupa informasi dan bahan masukan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.
2. Manfaat praktis
- a. Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian dange tersebut.
 - b. Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pemilik dange berupa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian dange tersebut, sehingga dapat meningkatkan pendapatan.