

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sekarang ini sudah mengalami perubahan yang sangat signifikan. Perkembangan dan pertumbuhan berbagai jenis UMKM sudah menyeluruh diberbagai daerah sekarang ini. Banyaknya UMKM yang mulai dikembangkan menjadikan setiap UMKM harus memiliki daya tari tersendiri untuk konsumennya. Persaingan yang ketat juga mengharuskan setiap UMKM untuk selalu memberikan inovasi baru untuk produk yang di buatnya. UMKM yang menjadi salah satu cara dalam peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia, dimana UMKM memiliki peran penting yang cukup dominan dalam perekonomian.

Pertumbuhan berbagai jenis UMKM harus bisa mengimbangi produk-produk yang lainnya yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan besar yang sudah lebih dulu diluncurkan. Jika UMKM tidak mau membuat sebuah inovasi baru maka produk UMKM tersebut akan kalah saing dengan produk-produk perusahaan lain atau UMKM lain yang mau berinovasi sesuai dengan perkembangan UMKM dan juga digital yang ada. Inovasi yang pada dasarnya merupakan suatu perubahan kearah perbaikan yang berpengaruh dengan yang sebelumnya.

Menteri Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa, tahun 2022 memasuki fase pemulihan transformatif. Ketika pemulihan yang langsung disiapkan oleh yaitu

UMKM dan Koperasi untuk siap menghadapi krisis perubahan lingkungan di masa mendatang.

Menteri Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa, tahun 2022 memasuki fase pemulihan transformatif. Ketika pemulihan yang langsung disiapkan oleh yaitu UMKM dan Koperasi untuk siap menghadapi krisis perubahan lingkungan di masa mendatang. Terdapat beberapa pondasi yang sudah dijalankan pada tahun 2022 yaitu kemudahan akses pembiayaan, kemitraan, perluasan pasar dan digitalisasi, reformasi birokrasi dan pendapatan.

Pemulihan transformatif yang dilakukan berikutnya yaitu mendorong pembiayaan UMKM dan koperasi dari sektor perdagangan ke sektor riil. Melalui sektor riil lapangan pekerjaan akan semakin luas dan juga sektor pangan akan semakin meningkat. Pemulihan transformasi tahun 2022 di sektor UMKM dan koperasi meningkatkan jumlah UMKM untuk masuk ke dunia digital sebanyak 30% atau sekitar 20 juta UMKM yang ditargetkan untuk go digital. Dan saat ini yang sudah on boarding ke ekosistem digital sebanyak 16,9 juta pelaku usaha.

Inovasi adalah sebuah gagasan, hal yang baru dan pembuatan dalam kondisi tertentu. Seiring dengan berjalannya waktu banyak UMKM Egg Roll Waluh yang bermunculan dan menawarkan berbagai produk buatannya masing-masing yang memiliki ciri khasnya sendiri-sendiri. Hal itu berlaku untuk UMKM Egg Roll Waluh DONNA Yang berada di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora. Dimana UMKM Egg Roll Waluh DONNA ini sudah mulai mempromosikan produknya tidak hanya melalui beli secara langsung di toko saja, tetapi sudah mengembangkan bisnisnya secara digital

melalui Instagram dan Aplikasi Shopee. Hal ini dilakukan agar produsen Egg Roll Waluh DONNA tidak kalah persaingan dalam penjualan produk. Dimana *digital marketing* sekarang ini sudah mempengaruhi daya beli konsumen.

Dengan mempertahankan kualitas produk yang dimiliki untuk dapat tetap mempertahankan konsumennya. Kualitas produk yang baik dan terus terjaga akan menjadikan konsumen agar tetap berlangganan dengan produk tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa Egg Roll Waluh DONNA ini menjadi salah satu UMKM Egg Roll Waluh yang banyak peminatnya dan juga memiliki kualitas yang selalu dipertahankan oleh produsennya. Harga yang mudah dijangkau dan kualitasnya yang tidak diragukan lagi menjadikan konsumen untuk tetap tertarik oleh sebuah produk.

Banyaknya produksi Egg Roll Waluh di Kecamatan Cepu menjadi permasalahan dalam berbagai bidang untuk para produsen. Semakin ketatnya persaingan penjualan UMKM Egg Roll Waluh yang menjadi ciri khas dari Kecamatan Cepu. Permasalahan dalam bidang pemasaran produk yang masih bersifat lokal merupakan salah satu contoh masalah untuk UMKM Egg Roll Waluh ini.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:230) Kualitas Produk yaitu sebuah karakteristik pada jasa ataupun produk yang mencakup pada keahliannya agar memberikan kepuasan pada kebutuhan pelanggan yang tersirat. Sehingga hal menumbuhkan kepuasan pada pelanggan, produk yang dibuat perusahaan seharusnya memiliki kualitas yang baik. Kualitas yang menggambarkan seluruh dimensi terkait penawaran pada sebuah produk yang memiliki manfaat bagi pelanggan. Berkaitan

kepuasan pelanggan dimana kualitas mempunyai sebuah dimensi pokok tergantung pada konteksnya.

Menurut Minculete & Olar (2018), *Digital Marketing* merupakan konsep yang menjelaskan tentang teknologi dimana teknologi digunakan sebagai saluran media digital untuk mempromosikan produk dan memiliki tujuan membangun merek digital. Dengan strategi komunikasi pemasaran yang mempergunakan media digital mempengaruhi bagaimana metode pengambilan keputusan pembelian. Selain faktor kualitas produk dan harga termasuk hal yang penting yang bisa mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan jasa dan produk.

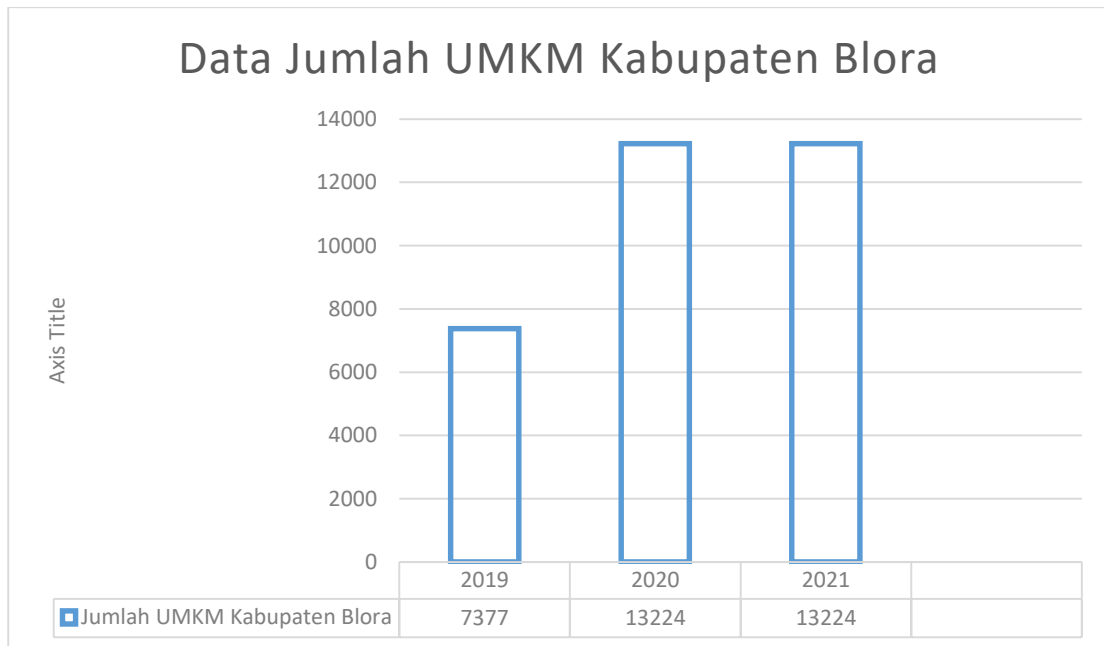
Sayangnya masih banyak UMKM yang belum mempromosikan produknya melalui teknologi digital. Banyaknya keterbatasan pengetahuan mengenai pentingnya mempromosikan produk melalui teknologi digital. Dengan tidak menggunakan teknologi digital untuk sarana penjualan maka produk yang dibuat akan kurang terekspos ke masyarakat luas.

Menurut Panjaitan (2018:140) menyatakan bahwa harga adalah nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah yang digunakan untuk pertukaran atau transaksi sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.

Keputusan Pembelian adalah tahapan pada sebuah proses pengambilan keputusan pembelian pada saat seorang konsumen sudah mengambil keputusan untuk membeli suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2012:154). Dimana pengambilan

keputusan adalah aktivitas konsumen secara langsung yang terlibat untuk memperoleh dan menggunakannya secara langsung.

Gambar1.1 : Jumlah UMKM Kabupaten Blora 2019-2021



Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Blora

Berdasarkan gambar 1.1 diatas jumlah UMKM di Kabupaten Blora pada tahun 2019 berjumlah 7.377 UMKM yang terdiri dari UMKM individu maupun UMKM Sentra. Pada tahun 2020 UMKM Kabupaten Blora Berjumlah 13.224 UMKM yang terdiri atas UMKM individu dan UMKM Sentra. Pada Tahun 2021 jumlah UMKM belum berubah dan masih tetap sama seperti jumlah UMKM tahun 2020 yaitu 13.224 UMKM .

Dengan perkembangan UMKM sekarang ini yang sudah mulai berkembang dengan pesat menjadikan persaingan dari berbagai sisi setiap produknya. Salah satu

UMKM yang mulai berkembang yaitu UMKM Egg Roll Waluh di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora. Salah satu UMKM yang banyak dirintis oleh masyarakat cepu ini sekarang menjadi salah satu dari berbagai UMKM yang ada di Kecamatan Cepu.

Salah satu toko UMKM Egg Roll Waluh di Kecamatan Cepu yang banyak diminati oleh konsumen yaitu toko DONNA. Toko DONNA merupakan salah satu dari berbagai toko UMKM Egg Roll Waluh yang berkembang pesat. Dengan perkembangan yang pesat inilah menjadikan alasan pen ulis untuk memilih UMKM Egg Roll Waluh DONNA menadi tempat penelitian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bagas Setyo Prayogi, Seno Sumowo, Nursaidah (2021) yang berjudul “Pengaruh kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepatu Specs (Studi Kasus Toko Andra Sport Ambulu)” menyebutkan bahwa variabel kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan pemasaran digital berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu sepak bola Specs, dalam penelitian tersebut kelima variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alicia Sastra Millennium, I Wayan Suardana, I Made Kusuma Negara (2021) yang berjudul “Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental Bananaz Bali” menyebutkan bahwa Variabel *Digital Marketing* terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dan Variabel Brand Awareness memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Digital Marketing* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Egg Roll Waluh Donna Kecamatan Cepu Kabupaten Blora”**.

1.2 Rumusan Masalah

Terdapat beberapa faktor yang mengakibatkan produk tersebut masih bisa berdiam dipasar atau tidak. Strategi perusahaan yang selalu menciptakan produk yang baik dan selalu memiliki inovasi dari pandangan konsumen. Konsumen yang pastinya tidak hanya sekedar membeli produk akan tetapi konsumen serta melihat tentang kualitas produk, harga dan juga manfaat yang diberikan produk tersebut. Banyaknya pertimbangan terhadap pembelian produk dikarenakan konsumen berkeinginan mempunyai sebuah produk yang pas dengan kebutuhan dan keinginannya.

Dari permasalahan penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Egg Roll Waluh DONNA?
2. Bagaimana pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Egg Roll Waluh DONNA?
3. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Egg Roll Waluh DONNA?

4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, *Digital Marketing*, dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Eg Roll Waluh DONNA?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, tujuan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua tujuan yaitu, tujuan umum dan tujuan khusus :

1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini dilakukan agar mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *Digital Marketing* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Egg Roll Waluh DONNA Kecamatan Cepu Kabupaten Blora.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Egg Roll Waluh DONNA Kecamatan Cepu Kabupaten Blora.
2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan hubungan *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Egg Roll Waluh DONNA Kecamatan Cepu Kabupaten Blora.
3. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Egg Roll Waluh DONNA Kecamatan Cepu Kabupaten Blora.

4. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan hubungan Kualitas produk, *Digital Marketing*, dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Egg Roll Waluh DONNA Kecamatan Cepu Kabupaten Blora.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian pastinya dilakukan untuk mendapatkan manfaat yang bisa berguna untuk pihak yang bersangkutan. Sehingga penulis mengharapkan ada manfaat yang didapatkan dari penelitian ini. Penulis mengharapkan memperoleh manfaat dari melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Kemajuan Khasanah Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini dapat menjadi sebuah tunjangan yang berharga dalam sektor perkembangan ilmu pendidikan sekarang ini atau pun yang akan datang, terutama dalam penerapan model pembelajaran yang memiliki tujuan untuk meningkatkan hasil dari sebuah proses pembelajaran dan hasil belajar di kelas atau pun kampus. Dan diharapkan juga menjadi sarana memperluas ilmu pengetahuan yang dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Bagi Penyelesaian Masalah Secara Operasional

Penelitian ini bisa memberikan saran ataupun masukan kepada UMKM Egg Roll Waluh DONNA Kecamatan Cepu guna menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan nilai jual UMKM Egg Roll Waluh DONNA dan meningkatkan keputusan pembelian bagi konsumen UMKM Egg Roll Waluh DONNA Kecamatan Cepu.

3. Bagi Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan UMKM Egg Roll Waluh DONNA ini dapat meningkatkan kualitas dari berbagai sisi, contohnya yaitu kualitas produk yang bisa lebih diperbaiki, UMKM Egg Roll Waluh DONNA melakukan penambahan dari segi varian produk yang ditambah dan juga menambah outlet baru untuk dijadikan cabang dari UMKM Egg Roll Waluh DONNA sendiri.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibuat untuk menggambarkan isi penelitian ini. Sistematika penulisan penelitian ini yaitu :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan. Pembahasan awal yang berisi latar belakang masalah yang timbul untuk menjadi dasar dalam melakukan penelitian. Rumusan masalah yang merupakan pertanyaan atas masalah yang muncul dalam latar belakang dan diperlukan jawaban melalui pengumpulan data. Kegunaan dan tujuan penelitian yaitu sebuah hal yang merujuk pada latar belakang dan rumusan masalah. Terakhir sistematika penulisan merupakan penjelasan singkat mengenai isi dari setiap bab penulisan dari pendahuluan hingga penutup.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini menguraikan tentang teori yang relevan pada permasalahan yang diteliti yaitu Keputusan Pembelian meliputi (pengertian keputusan pembelian yang dikemukakan oleh para ahli, tahapan dalam proses keputusan pembelian, dimensi keputusan pembelian). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian meliputi (pengertian kualitas produk, dimensi kualitas produk). Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian meliputi (definisi *digital marketing*, manfaat *digital marketing*, strategi *digital marketing*). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian meliputi (pengertian harga, peran harga), yang akan membentuk kerangka teori yang berguna untuk menyusun penelitian ini, *review* penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan variabel penelitian dan definisi operasional, populasi sampel, sumber data, metode pengumpulan data, serta analisis data. Variabel penelitian dan makna dari operasional menjelaskan tentang variabel yang digunakan serta definisi secara operasional sebagai acuan penelitian dalam objek. Populasi dan sampel merupakan tahapan dalam penentuan wilayah objek, dimulai dengan penentuan populasi yang kemudian diperkecil dengan sampel yang mempunyai karakteristik cocok dengan penelitian. Jenis dan sumber data adalah uraian dari jenis data yang dipakai dalam penelitian ini serta sumber informasi bagaimana penulis memperoleh data yang dibutuhkan, metode pengumpulan data, dan analisis data merupakan metode

yang dipakai penulis untuk mengumpulkan data dan menganalisis data untuk penelitian.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini merupakan bab yang penting karena menjelaskan terkait deskripsi objek penelitian, analisis data dan penjelasan dari data yang diperoleh. Deskripsi objek penelitian menguraikan tentang objek yang digunakan oleh peneliti. Analisis data dan penjelasan yang berisikan penjelasan dan hasil analisis terhadap data menggunakan metode analisis yang sudah ditentukan dan menggunakan aplikasi pengelolaan data statistik SPSS serta hasil analisis data penelitian yang sebelumnya telah diolah.

Bab V Penutup

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian. Kesimpulan dalam penelitian merupakan uraian singkat yang didapat dari hasil penelitian. Saran pada penelitian merupakan hal yang diajukan peneliti untuk perusahaan yang bersangkutan dan pihak lain yang berkepentingan.