

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pembangunan sektor industri secara nasional diarahkan untuk mendorong terciptanya struktur ekonomi yang seimbang dan kokoh yang meliputi aspek perubahan ekonomi masyarakat. Fokus perhatian pembangunan sektor ekonomi dirasa perlu diberikan kepada subsektor industri kecil yang memiliki potensi dan peranan penting bagi daerahnya. Keberadaan mereka inilah yang memberikan sumbangan bagi daerahnya dan mengurangi tingkat pengangguran. Indonesia adalah negara yang banyak memiliki kekayaan alam serta lahan yang luas. Lahan pertanian di Indonesia cocok ditanami segala jenis tanaman sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara agraris. Komoditas pertanian di Indonesia banyak jenisnya, salah satunya adalah tanaman kedelai yang sudah mencapai pasar internasional dan mencukupi kebutuhan dalam negeri. Konsumsi kedelai sebagian besar digunakan dalam industri tahu, tempe, maupun keripik tempe. Keadaan ini memancing para pengusaha kreatif untuk mencoba membidik peluang membuka industri pengolahan kedelai.

Purwokerto merupakan salah satu kota di Jawa Tengah yang memiliki industri rumah tangga dan telah banyak menyerap tenaga kerja. Banyaknya tenaga kerja yang terserap dapat membantu meningkatkan taraf hidup

masyarakat dalam segi ekonomi keluarga sebagai mata pencarian ataupun hanya sekedar sebagai tambahan pendapatan. Usaha Kripik Tempe Sawangan no 1 ini merupakan industri kecil yang bergerak dibidang pembuatan kripik tempe dan juga makanan kecil lainnya. Usahayang terletak di pusat oleh-oleh Sawangan jl Jendral Sutoyo No 23 Purwokerto, menyediakan berbagai jenis makanan khas Purwokertoantara lain adalah mendoan, kripik tempe, gethuk Sokaraja aneka rasa, nopia aneka rasa, jenang, kripik paru, kripik belut, klanting, aneka makanan khas lainnya, dan juga menyediakan bahan baku mentah untuk mendoan seperti tempe, tahu, tepung khusus mendoan, beserta sambal kecapnya yang khas.

Pemasaran biasanya dihadapkan pada masalah kualitas produk, harga, dan promosi yaitu berapa dan bagaimana bauran tersebut ditetapkan, hal ini agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai dengan baik. Dalam industri kripik tempe ini sendiri, pernah mengalami pasang surut dikarenakan pada saat itu harga kedelai melonjak naik dan stok kedelai yang terbatas di setiap daerah sehingga para produsen kripik tempe meminimalkan hasil produksi, namun tidak mengurangi kualitas produk kripik tempe tersebut. Kualitas kripik tempe yang baik itu pada saat penggorengan tidak mudah remuk, tahan lama, dan rasanya yang gurih. Kripik Tempe Sawangan (KTS) no 1 telah melakukan inovasi produk yaitu dengan membuat kripik tempe hitam yang dibuat dari bahan kedelai hitam yang rasanya sangat beda dari kripik tempe lainnya. Seiring berjalannya waktu tentang kebijakan pemerintah mengatur ekspor kedelai sehingga harga kedelai mulai stabil, pemasukan laba yang diperoleh

mulai diatas rata-rata pendapatan minimal tiap harinya, karena tidak ada penekan biaya produksi lagi.

Harga merupakan variabel yang sangat penting untuk diperhatikan, di samping karena harga mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan, harga juga dapat menjadi sebuah nilai yang akan diterima oleh konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga biasanya dihadapkan dengan persepsi konsumen dimana harga yang tinggi mencerminkan barang mewah dan berkualitas bagus, sedangkan harga yang rendah mencerminkan barang biasa dan berkualitas rendah. Maka oleh sebab itu, harga yang ditawarkan pada tiap kripik tempe terjangkau oleh konsumen. Produk yang berkualitas dan harga relatif bersaing, merupakan kunci sukses untuk memenangkan persaingan harga yang pada selanjutnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih eksklusif pada pelanggan. Bertambah murah harga kripik tempe tersebut maka kecenderungan minat beli konsumen bertambah besar.

Keinginan untuk melakukan pembelian dapat terbentuk dari sikap konsumen terhadap bauran pemasaran melalui promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan Kripik Tempe Sawangan no 1 melalui media internet seperti facebook, website, dan periklanan melalui baner, spanduk, dan mobil promosi. Promosi lain yang dilakukan oleh Sawangan no 1 yaitu apabila dalam

pembelian lebih dari Rp 100.000 akan mendapatkan produk tertentu. Minat pembelian konsumen dalam melakukan pembelian Kripik Tempe di Sawangan no 1 dapat dipengaruhi oleh rangsangan pemasaran seperti kualitas produk dan inovasi produk, harga yang relatif terjangkau, promosi melalui iklan yang menarik.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budiyo, Bernard NM (2004) menyatakan bahwa kualitas dapat dinyatakan sebagai harapan dan persepsi para konsumen yang sama baiknya dengan kinerja yang sesungguhnya. Kualitas produk harus sesuai dengan yang dijanjikan oleh semua kegiatan dalam bauran pemasaran. Bagi calon pemakai, kualitas produk ini memang harus dikomunikasikan dengan baik karena dapat membangun minat pelanggan untuk membeli produk yang dimaksud. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan *antecedent* yang berpengaruh terhadap minat beli.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputra (2009) menunjukkan Variabel kualitas produk atas harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian produk Telkom FLEXI.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herche dalam Yoestini dan Eva (2007:267) menunjukkan kaitan antara minat beli dan keputusan pembelian. Minat beli konsumen yang tinggi akan mendorong konsumen membeli suatu

produk. Sebaliknya, minat beli konsumen yang rendah akan mencegah konsumen untuk membeli produk.

Berdasarkan uraian diatas yang menjadi pokok permasalahan adalah sejauh mana kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap minat pembelian Kripik Tempe Sawangan (KTS) No 1 di Purwokerto. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Adriansyah dan Aryanto (2012) dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&C Cookies”* menyimpulkan bahwa menunjukkan terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli J&C Cookies. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara minat beli terhadap proses keputusan pembelian J&C Cookies. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian pelanggan J&C Cookies. Namun ada sedikit perubahan dalam penelitian ini dengan mengubah obyek yang digunakan yaitu kripik tempe.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengambil judul *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Pembelian Kripik Tempe Sawangan No 1 di Purwokerto”*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian Kripik Tempe Sawangan No 1 di Purwokerto?

2. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian Kripik Tempe Sawangan No 1 di Purwokerto?
3. Apakah promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian Kripik Tempe Sawangan No 1 di Purwokerto?
4. Apakah secara simultan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian Kripik Tempe Sawangan (KTS) No 1 di Purwokerto?

### **C. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang diteliti lebih terinci dan fokus pada minat pembelian keripik tempe. Beberapa variabel pendukung yang akan diteliti yaitu kualitas produk, harga, dan promosi. Sedangkan yang menjadi obyek penelitian ini adalah konsumen Kripik Tempe Sawangan (KTS) no 1 di Purwokerto.

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap minat pembelian KTS No 1 di Purwokerto.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap minat pembelian KTS No 1 di Purwokerto.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi secara parsial terhadap minat pembelian KTS No 1 di Purwokerto.

4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap minat pembelian KTSNo 1 di Purwokerto.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam merumuskan strategi kualitas produk, harga dan promosi sebagai dasar penentuan strategi pemasaran.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik di masa yang akan datang, terutama dalam pemasaran keripik tempe pada industri rumah tangga, khususnya di Kota Purwokerto Kabupaten Banyumas.

3. Bagi Peneliti

Sebagai wahana untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Purwokerto serta memberikan tambahan pengalaman dan pengetahuan tentang pemasaran.