

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di masa teknologi yang sangat maju saat ini, bisnis usaha adalah peluang yang besar untuk dapat menghasilkan keuntungan, salah satunya yaitu kewirausahaan. Kewirausahaan diciptakan atau dibangun untuk meningkatkan daya saing dengan tujuan meningkatkan daya saing, menyediakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Kewirausahaan didefinisikan sebagai “gairah mengembangkan bisnis baru”. Bisnis yang dikembangkan bisa berupa independen yang dimiliki oleh seseorang atau lebih wirausaha, atau bisa juga yang dikembangkan dalam perusahaan tempatnya bekerja. Kebijakan kewirausahaan adalah salah satu bentuk intervensi pemerintah yang berperan positif dalam pengembangan kewirausahaan, yang tidak hanya memberi perhatian pada wirausaha yang sudah jadi, tetapi juga kepada wirausaha yang lain yang dengan serius sedang mempertimbangkan untuk memulai suatu usaha. Untuk menjadi wirausaha perlu mempunyai modal dasar yang kuat, konsep dan strategi dalam menghadapi situasi sulit untuk dapat bersaing dalam menghadapi tantangan terutama dalam perekonomian saat ini maupun yang akan datang. Kewirausahaan dirasakan semakin penting peranannya dalam pengembangan perekonomian nasional. Kewirausahaan efektif untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui kontribusinya pada peningkatan pertumbuhan perekonomian sekaligus pemerataan pertumbuhan ekonomi. Usaha kerajinan eceng gondok merupakan salah satu usaha kerajinan yang mampu memperkenalkan Indonesia dengan produk dari suatu mitra ke manca negara. Usaha kerajinan tangan berbahan eceng gondok (gulma) merupakan salah satu UKM yang masih bertahan di Kota Surabaya.

Keragaman produk menurut James F. Engels adalah keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. ( Engels, 1995:258) Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merk, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel. Effendi M. Guntur (2010:281). Penetapan harga merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Bagi manajemen, penetapan harga bukan hanya merupakan kebijaksanaan dibidang pemasaran atau bidang keuangan, melainkan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Menetapkan tujuan berdasarkan harga merupakan suatu yang fleksibel, dapat diubah dengan cepat sejalan dengan perubahan pasar, termasuk masalah persaingan harga. Secara umum, penetapan harga bertujuan untuk mencari laba agar perusahaan dapat berjalan namun dalam kondisi persaingan yang semakin ketat tujuan mencari laba maksimal dalam praktiknya akan sulit dicapai. Oleh karena itu, manajemen memerlukan tujuan-tujuan. Tujuan penetapan harga bisa mendukung strategi pemasaran yang berorientasi pada permintaan primer apabila pelaku bisnis meyakini bahwa harga yang lebih murah dapat meningkatkan jumlah pemakai, tingkat pemakaian atau pembelian ulang dalam bentuk atau kategori produk tertentu. Harga yang lebih murah bisa mengurangi risiko konsumen untuk mencoba produk baru atau bisa juga menaikkan nilai sebuah produk baru dibandingkan produk lain yang sudah ada terlebih dahulu.

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Goetsch dan Davis (1994) yang dikutip oleh Tjiptono (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

Minat Beli menurut Kotler dan Keller (2009:15), “Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian”. Menurut Durianto dan Liana (2004:44), “Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu”. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan

minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli.

Dari latar belakang di atas, penelitian tentang cara pandang berbagai aspek di atas kiranya menarik untuk diteliti lebih lanjut. Mengingat pesatnya perkembangan bisnis mikro yang semakin banyak dan menarik dan khususnya yang ada di Surabaya. Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisa Pengaruh Ragam Produk, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen untuk UMKM Kerajinan Eceng Gondok di Kota Surabaya.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berawal dari permasalahan di atas, dapat ditentukan beberapa pertanyaan penelitian yang menjadi landasan pada penulisan ini, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh Ragam Produk terhadap Minat Beli Konsumen untuk UMKM Kerajinan Eceng Gondok di Kota Surabaya?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen untuk UMKM Kerajinan Eceng Gondok di Kota Surabaya?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen untuk UMKM Kerajinan Eceng Gondok di Kota Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

- Pengaruh Ragam Produk terhadap Minat Beli Konsumen untuk UMKM Kerajinan Eceng Gondok di Kota Surabaya.
- Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen untuk UMKM Kerajinan Eceng Gondok di Kota Surabaya.
- Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen untuk UMKM Kerajinan Eceng Gondok di Kota Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis, penelitian ini mengembangkan teori di bidang pemasaran yang membahas tentang ragam produk, harga, kualitas produk, dan minat beli konsumen.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang kegiatan bisnis pada UMKM Eceng Gondok dan bisnis mikro yang lainnya.
3. Secara Pribadi, Untuk memenuhi tugas mata kuliah Skripsi mahasiswa program studi ilmu administrasi bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

#### **1.5 Sistematika Penelitian**

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab – bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

- BAB I : Berisikan Pendahuluan dengan isi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan
- BAB II : Berisikan Kajian Pustaka dengan isi penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka berpikir, definisi operasional & konsep, dan hipotesis
- BAB III : Berisikan Metodologi Penelitian dengan isi desain penelitian, populasi & sampel, tempat & waktu penelitian, jenis & sumber data, dan teknik analisa data
- BAB IV : Berisikan Pembahasan dengan isi penyajian data, analisis data, dan pembahasan
- BAB V : Berisikan Penutup dengan isi kesimpulan dan rekomendasi atau saran