

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Usaha mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu dan usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak Perusahaan atau bukan cabang Perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memiliki kriteria usaha kecil.

Donat Abdi ini merupakan salah satu usaha kecil atau usaha mikro yang didirikan oleh perorangan. Usaha Donat abdi dari waktu ke waktu juga terus berbenah diri untuk menghadapi banyaknya pesaing yang bermunculan saat ini. Salah satu program yang dilaksanakan oleh Donat Abdi adalah dengan semakin meningkatkan promosi dan menambah varian produk atau rasa yang menarik. Dengan semakin banyaknya varian produk atau rasa dan tingkat promosi yang luas dan menarik maka diharapkan para pelanggan akan lebih tertarik minat untuk membeli produk Donat Abdi.




Kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan cenderung memilih produk yang memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Produk Donat Abdi memiliki rasa yang enak, tekstur yang lembut dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan membuat mereka lebih memilih produk Donat Abdi dibandingkan dengan produk Donat yang lain.

Harga juga menjadi faktor penting dalam Keputusan pembelian, konsumen akan cenderung memilih produk yang memiliki harga yang sesuai dengan kualitas dan nilai dari produk tersebut. Promosi juga menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk Donat Abdi.

Promosi yang baik dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk Donat Abdi serta membuat mereka tertarik untuk mencobanya. Lokasi juga menjadi faktor penting karena dapat memudahkan konsumen untuk membeli produk Donat Abdi. Penempatan penjualan produk Donat Abdi yang mudah dijangkau oleh para

konsumen akan meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan konsumen dalam membeli produk.

Tabel 1.1 Produk Donat Abdi

NO	NAMA PRODUK	GAMBAR
1	Donat Gula	
2	Donat Isi Coklat	
3	Pastel	

Sumber : Penulis (2024)

Pada Tabel 1.1. produk Donat Abdi dapat di lihat bahwa varian produk Donat Abdi menempati posisi tiga varian produk yaitu Donat Taburan Gula Halus, Donat Isi Coklat, dan Pastel.

Tabel 1.2 Penjualan Donat Abdi

BULAN DAN TAHUN	JUMLAH PENJUALAN
September 2023	5.222 pcs
Oktober 2023	5.391 pcs
November 2023	6.085 pcs
Desember 2023	6.807 pcs
Januari 2024	6.639 pcs
Februari 2024	7.098 pcs

Sumber: Penulis (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2. Penjualan Donat Abdi di atas terlihat penjualan produk Donat Abdi setiap bulannya meningkat, di bulan September 2023 penjualan sebanyak 5.222 pcs, meningkat pada bulan Oktober 2023 menjadi 5.391 pcs, lalu meningkat pada bulan November 2023 sebanyak 6.085 pcs, meningkat pada bulan Desember 2023 sebanyak 6.807 pcs, lalu menurun pada bulan Januari 2024 menjadi 6.639 pcs, dan meningkat kembali di bulan Feberuari 2024 menjadi 7.098 pcs.

Dalam meningkatkan produk Donat Abdi perlu memastikan bahwa produk Donat Abdi mempunyai kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Serta meningkatkan promosi untuk meningkatkan daya beli konsumen dan menyediakan lokasi yang strategis. Berdasarkan uraian latar belakang di atas penelitian di tujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

kualitas produk, harga. Promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap keputusan pada UMKM Donat Abdi”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa masalah yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. Produk Donat Abdi yang ditawarkan sebenarnya mempunyai variasi yang cukup akan tetapi banyaknya variasi produk malah semakin tidak spesifik sehingga perlu adanya kajian untuk menelaah variasi pada produk donat abdi yang paling diminati.
2. Donat Abdi sudah melakukan promosi penjualan, akan tetapi promosi yang dilakukan masih kurang menjangkau atau menarik konsumen, hal ini bisa dilihat dari promosi yang dilakukan yang hanya melakukan promosi via story media sosial.
3. Harga produk yang relatif mahal dibandingkan dengan produk sejenis lainnya atau harga relatif mahal dibanding dengan harga pesaing.
4. Lokasi parkir yang terbatas membuat konsumen enggan berbelanja.
5. Masih banyak complain yang dilakukan oleh pelanggan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan Donat Abdi.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Donat Abdi menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangnya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Maka dari itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Donat Abdi.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat Abdi?
2. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat Abdi?
3. Apakah secara parsial harga berpengaruh
4. h signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat Abdi?
5. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat Abdi?
6. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat Abdi?

1.5 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan kualitas produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat Abdi
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat Abdi
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat Abdi
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat Abdi
5. Untuk mengetahui apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Donat Abdi

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan bisnis kuliner.
2. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen pemasaran.
3. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya berkaitan dengan produk, harga, promosi dan lokasi terhadap Keputusan membeli.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, Identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.