

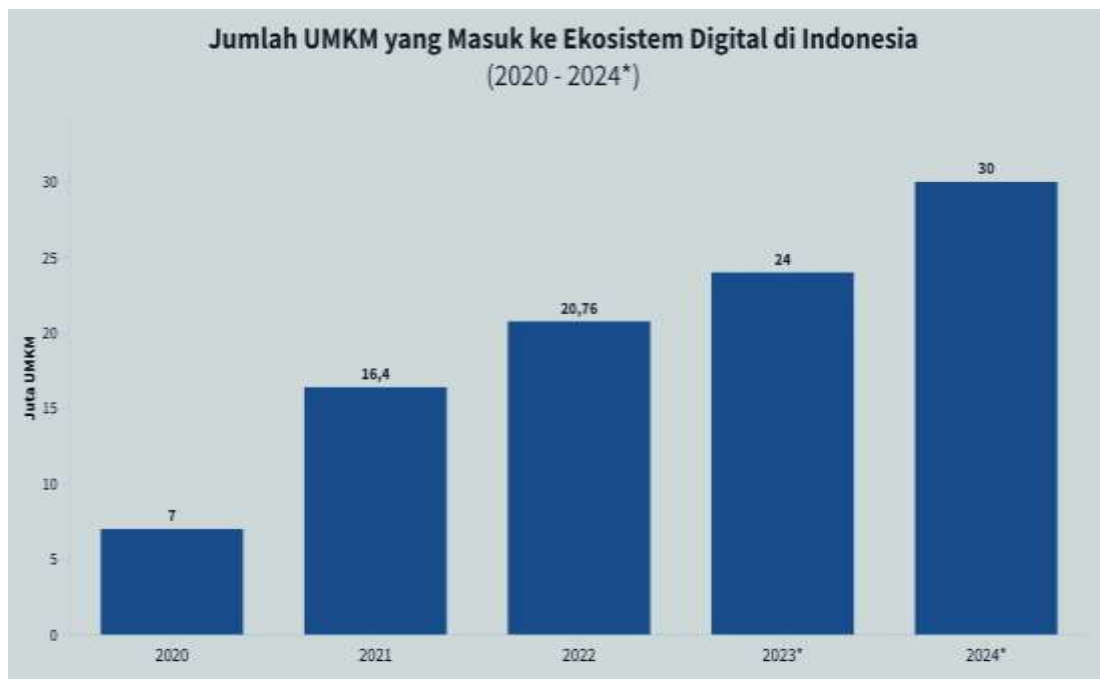
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perekonomian global sebagian besar ditopang oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), khususnya di negara-negara berkembang. Di Indonesia, UMKM mempunyai peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja dan merevitalisasi perekonomian. Salah satu sektor UMKM yang sangat penting adalah industri kuliner yang terus tumbuh seiring dengan tren konsumsi massal yang semakin terdiversifikasi.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menyebutkan jumlah UMKM yang tergabung dalam ekosistem digital akan mencapai 20,76 juta pada tahun 2022. Jumlah ini meningkat 26,6% dibandingkan tahun lalu yang berjumlah 16,4 juta UMKM.



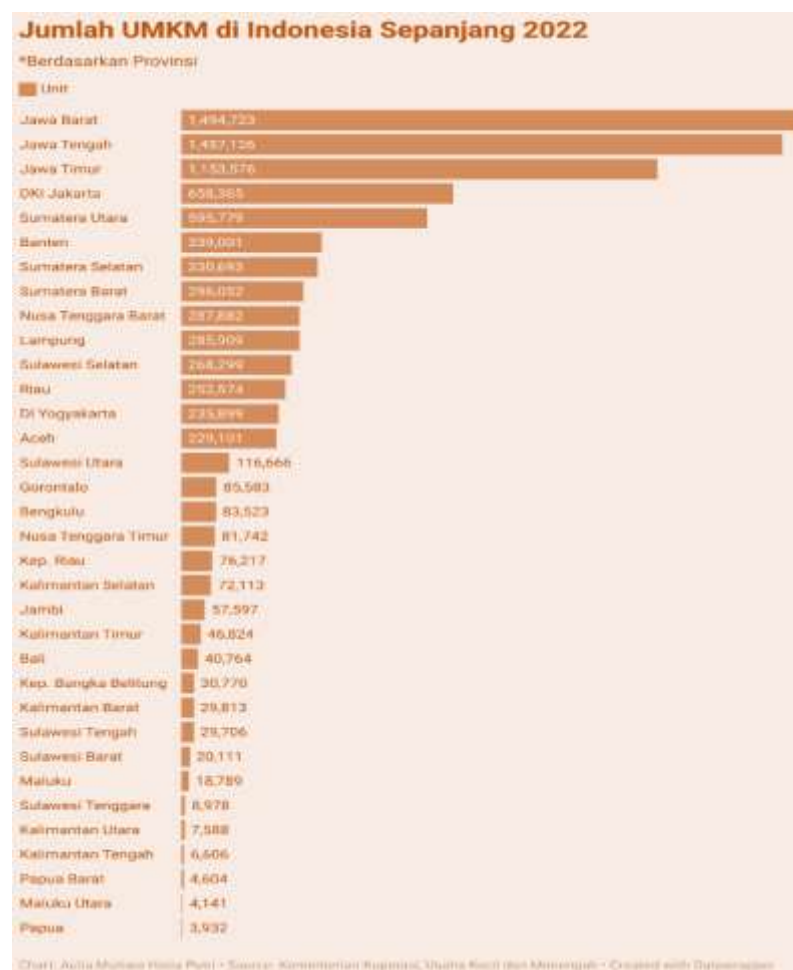
**Gambar 1.1. Jumlah UMKM di Indonesia**

Sumber : Data Indonesia, 27 Desember 2022

Selain itu, pihak berwenang Indonesia mendesak masuknya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) ke dalam perekonomian mereka melalui saluran digital. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menyebutkan jumlah UMKM yang berpartisipasi dalam ekosistem tersebut akan mencapai 20,76 juta unit pada tahun 2022. Angka tersebut meningkat menjadi 26,6% dibandingkan 16,4 juta UMKM pada

tahun lalu. Dengan demikian, sebanyak 32,44 dari 64 juta unit UMKM sudah masuk ke ekosistem digital.

Kemenkopukm pun menargetkan UMKM yang bisa memasuki pasar digital bakal naik menjadi 24 juta unit pada tahun depan. Jumlahnya pun akan kembali meningkat hingga 30 juta unit pada 2024. Untuk itu, Program Pahlawan Digital telah dicanangkan oleh Kementerian Koperasi dan Sumber Daya Manusia untuk membantu UMKM dalam transformasi digitalnya. Kemenkopukm menggunakan pusat layanan bisnis terpadu. Selain itu, bakal dilakukan pendampingan UMKM di kota-kota sekunder. Kemenkopukm pun bekerja sama dengan berbagai pihak untuk mengembangkan platform digital yang cocok dengan UMKM.



**Gambar 1.2. Jumlah UMKM di Indonesia**

Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM (diolah oleh CNBC, 2023)

Berdasarkan data yang di dapat dari kementerian koperasi UMKM, Jawa Barat menempati posisi pertama dengan jumlah UMKM sebanyak 1.494.723. Di posisi kedua Jawa Tengah dengan jumlah UMKM sebanyak 1.457.126, dan di posisi ketiga Jawa Timur dengan jumlah UMKM sebanyak 1.153.576. Berdasarkan data yang

didapat dari open data Jabar tahun 2021 di kota Bogor terdapat kategori Kuliner 41743 Unit, Makanan 30531 Unit, Jasa/Lainnya 13190 Unit, Craft 9699 Unit, Fashion 9466 Unit, Konveksi 5780 Unit, Minuman 5664 Unit, Aksesoris dan Batik 272 Unit dan yang terakhir Bordir 39 Unit. Dari beberapa data yang di dapatkan diatas dapat disimpulkan bahwa wirausaha merupakan Kegiatan yang dibuat untuk menciptakan wirausaha mahasiswa yang dapat membangun usaha dengan tujuan untuk memaksimalkan kemampuan berwirausaha dengan memberikan pembekalan mindset dan *skillset* dalam pengembangan usaha sehingga mahasiswa mampu menciptakan ide usaha yang kreatif dan inovatif serta mampu menyusun model bisnis dan merealisasikan ide bisnis tersebut hingga tervalidasi oleh market.

Salah satu produk kuliner yang populer saat ini adalah pangsit pedas. Pangsit adalah makanan yang dibuat dari adonan tepung terigu dan daging cincang yang kemudian digoreng atau direbus. Dikenal juga dengan sebutan dumpling, pada Artikel tersebut juga menjelaskan bahwa Makanan ini banyak diyakini oleh pakar kuliner berasal dari dinasti Han dari timur Tiongkok dan dibuat pertama kali di oleh Zhang Zhongzong seiring berjalannya waktu jenis-jenis pangsit di Tiongkok menjadi beragam dan salah satunya yaitu Wonton.

Pangsit pedas telah menjadi pilihan favorit bagi banyak konsumen karena rasa pedasnya yang khas dan cita rasa yang mengugah selera. Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, para pemilik umkm pangsit pedas perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen termasuk kualitas produk, inovasi, harga, dan promosi yang efektif. Meskipun begitu, hingga saat ini belum ada yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas produk, Harga, inovasi, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen UMK pangsit pedas.

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan menganalisis secara mendalam faktor-faktor tersebut dan dampaknya terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM pangsit pedas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan penulis dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembang UMKM di sektor kuliner, khususnya bagi pemilik usaha pangsit pedas. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Inovasi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena.**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang muncul pada UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Produk pangsit pedas di jajanan dena mengalami siklus hidup yang berfluktuasi, dimana permintaan dan popularitasnya dapat naik dan turun dari waktu ke waktu
2. Kurangnya pemahaman tentang inovasi dan pengembangan produk yang sesuai dengan permintaan pasar
3. Tidak adanya lokasi parkir yang memadai sehingga membuat calon pelanggan enggan berkunjung
4. Tidak ada tempat makan yang memadai sehingga membuat calon pelanggan enggan berkunjung
5. Kemasan yang kurang menarik
6. Kurangnya promosi yang dilakukan
7. Harga bahan baku yang terus meningkat
8. Produk yang tidak tahan lama

## **1.3. Pembatasan masalah**

Hasil identifikasi masalah di UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena menunjukkan bahwa masalah yang ada cukup banyak. Melihat produksi dan konsumsi Pangsit Pedas jajanan dena serta banyaknya jenis atau cara pembuatan produk maka penulis membatasi kepada para konsumen yang membeli produk Pangsit pedas jajanan dena sebanyak 25-30 orang pembeli di dalam satu hari penjualan. Begitu pula yang akan menjadi kriteria dalam penelitian kali ini, yaitu para konsumen yang membeli produk Pangsit pedas jajanan dena dengan cara di kukus/rebus. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh kualitas produk, harga, inovasi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena.

## **1.4. Perumusan Masalah**

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

1. Apakah secara simultan kualitas produk, harga, inovasi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena?

2. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena?
3. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena?
4. Apakah secara parsial inovasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena?
5. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena?

### **1.5. Tujuan penelitian**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, inovasi, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan kualitas produk, harga, Inovasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena.
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial inovasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena.
5. Untuk mengetahui apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena.

### **1.6. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Dapat membantu pemilik usaha UMKM pangsit pedas untuk memiliki pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen agar nantinya bisa membuat keputusan yang lebih baik dalam merancang strategi pemasaran.
2. Dapat membantu dan mendorong UMKM untuk tetap relevan dan beradaptasi serta berinovasi dengan perubahan tren pasar dan preferensi konsumen.
3. Dapat mengurangi resiko kerugian finansial akibat strategi pemasaran yang tidak efektif.

4. Hasil penelitian ini juga berguna untuk dapat menjadi kontribusi bagi literature penelitian di bidang pemasaran UMKM.

### **1.7. Sistematika penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian pengaruh kualitas produk, inovasi, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di UMKM Pangsit Pedas Jajanan Dena, dapat disusun sebagai berikut:

#### **BAB I           PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

#### **BAB II          TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan 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, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

#### **BAB IV        HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis 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 buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.