

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Usaha Kecil dan Menengah atau biasa disebut dengan UKM memiliki peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan juga penyerapan tenaga kerja, UKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan menjadi faktor penunjang semakin bertumbuhnya aktivitas perekonomian nasional. Perkembangan UKM juga mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Naningsih:2019).

Setelah terjadinya wabah covid-19 yang memasuki Indonesia, pelaku UKM yang jumlahnya bertambah semakin banyak mengakibatkan konsumen memiliki lebih banyak pilihan untuk membeli produk yang dibutuhkan atau diinginkan. Dalam hal ini, pelaku UKM memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu, karena setiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda mengenai produk yang akan dibeli dan harga berapa yang akan dibeli. Konsumen yang merasa puasa atas keputusan pembelian produk pada suatu toko diharapkan melakukan pembelian ulang bahkan memberitahukan kepada orang lain tentang produk tersebut agar pelaku UKM mampu menyaingi UKM yang lain terutama pelaku UKM yang sejenis.

Salah satu UKM yang berada di Kabupaten Gresik, lebih tepatnya di Desa Jambu Kecamatan Cerme terdapat UKM Sarung Tenun Alata Tenun Bukan Mesin (ATBM) milik H.Thoiful. UKM Sarung Tenun ATBM ini merupakan industri kecil yang memproduksi sarung menggunakan alat tenun bukan mesin dengan berbagai macam motif yang dilabel dengan harga bervariasi tergantung dari bahan yang digunakan dan juga motifnya. Dusun Jambu sudah banyak dikenal orang karena banyaknya jumlah UKM yang memproduksi sarung dengan cara yang berbeda dan pemberian harga yang pasti berbeda juga.

Penetapan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dari deregulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi dan penentuan posisi merek. Harga juga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk bila pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk-produk yang kompleks (Tjiptono:2017). Dalam UKM Sarung Tenun ini motif atau corak yang digarap mempengaruhi harga, semakin rumit corak dari sarung semakin mahal juga harga sarungnya.

Penetapan harga bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana konsumen akan berkunjung dan membeli. Dalam keputusan pembelian, konsumen tidak hanya memberi respon terhadap barang atau jasa yang ditawarkan, tetapi memberikan harga yang terjangkau dengan produk yang berkualitas baik dan juga memberikan corak yang bervariasi. Menciptakan minat

beli konsumen merupakan salah satu tujuan awal dan selanjutnya pasti bertujuan untuk menciptakan keputusan pembelian pada produk tersebut.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian selain harga yang terjangkau adalah corak yang bervariasi. Purwati (2019) menyatakan bahwa Motif atau corak produk merupakan salah satu aspek penting dan sangat mendukung atribut produk, sehingga produk yang dimiliki mempunyai karakter yang berbeda dari produk lain. Hal tersebut dilakukan agar dapat menciptakan minat beli konsumen kemudian tertarik untuk memiliki produk tersebut.

Minat beli terhadap suatu produk akan timbul karena adanya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk yang diiringi dengan kemampuan untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu untuk menciptakan minat beli konsumen, perusahaan mampu mengetahui harga pasaran dan juga corak yang sedang digemari oleh banyak konsumen. Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa konsumen akan membeli suatu produk apabila harga dari produk tersebut dipandang layak oleh mereka.

Pelaku usaha kecil menengah setidaknya memiliki strategi pemasaran dengan penetapan harga yang terjangkau dan membuat macam-macam corak yang terbaik agar terciptanya minat beli seseorang untuk mendukung keputusan pembelian produk tersebut. Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan sebuah tindakan secara langsung dalam memperoleh dan menentukan sebuah produk dan jasa, termasuk proses dalam pengambilan sebuah keputusan yang mendahului maupun mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Keputusan pembelian berkaitan dengan perilaku konsumen, maka dari itu

perusahaan harus mampu memasarkan produknya dan menciptakan keputusan pembelian untuk meningkatkan volume penjualan.

Pernyataan diatas sesuai dengan yang dikemukakan oleh Purwati Ratna Wahyuni, Dody Tri Kurniawan dan Nurul Latifah (2019) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik Tulis UD.Al-Barokah. Desain atau motif juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik Tulis UD.Al-Barokah. Harga dan desain atau motif juga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Batik Tulis UD.Al-Barokah.

Menghadapi gencarnya persaingan, penetapan harga yang terjangkau dan juga corak yang bervariasi merupakan suatu hal penting yang menjadi keunggulan bagi suatu perusahaan. Makin sering suatu produk dikenalkan pada konsumen dengan menjamin keterjangkauan harga dan menyediakan corak yang bervariasi dapat membuat konsumen merasa termotivasi untuk memiliki produk tersebut. Hal itu dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan penjualan produk dalam perusahaan tersebut.

Produk yang dihasilkan oleh UKM Sarung Tenun milik H.Thoiful ini bisa dikatakan berkualitas baik. Hal ini diperkuat dengan diperolehnya penghargaan dari PT.Semen Gresik sebagai pemenang juara pertama kategori pertumbuhan penyerapan tenaga kerja pada tahun 2010. Adanya jumlah tenaga kerja yang banyak pada UKM Sarung Tenun ATBM, maka UKM dapat memproduksi sarung dalam jumlah yang banyak. Selain itu penetapan harga dalam UKM ini sesuai dengan kualitas produknya, dan juga UKM ini menyediakan corak yang bervariasi

agar konsumen dapat memiliki banyak pilihan untuk membeli produk sarung ATBM tersebut, sehingga UKM ini mampu bersaing dengan UKM sarung tenun yang lainnya. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Corak terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan Minat Beli pada UKM Sarung Tenun ATBM di Kabupaten Gresik”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat di rumuskan, yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UKM Sarung Tenun ATBM?
2. Apakah corak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UKM Sarung Tenun ATBM?
3. Apakah minat beli konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UKM Sarung Tenun ATBM?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada UKM Sarung Tenun ATBM?
5. Apakah corak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada UKM Sarung Tenun ATBM?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan, yaitu:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada UKM Sarung Tenun ATBM.
2. Menganalisis pengaruh corak terhadap keputusan pembelian pada UKM Sarung Tenun ATBM.
3. Menganalisis pengaruh minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian pada UKM Sarung Tenun ATBM.
4. Menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada UKM Sarung Tenun ATBM.
5. Menganalisis pengaruh corak terhadap minat beli konsumen pada UKM Sarung Tenun ATBM.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dinamika keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh beberapa variabel penentu seperti harga, motif, minat beli konsumen dan keputusan pembelian.

1.4.2. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kebijakan atau keputusan terkait peningkatan laba perusahaan melalui keputusan pembelian konsumen di UKM Sarung Tenun ATBM.

2) Bagi Konsumen

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang pilihan harga, corak sehingga dalam keputusan pembelian sesuai dengan minat beli konsumen.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi harga dan motif terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli konsumen.

