

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era saat ini, dunia usaha mengalami perkembangan yang pesat berkat ide baru yang kreatif dan inovatif yang terus diluncurkan oleh para pengusaha. Sejalan dengan perkembangan ide-ide tersebut, konsep pemasaran juga mengalami kemajuan. Peran pemasaran kini menjadi sangat penting sebagai pendukung kesuksesan suatu usaha, membantu usaha tersebut terus berkembang.

Tujuan utama dari setiap usaha adalah mencari keuntungan, dan hal ini tidak lepas dari peran penting pemasaran. Oleh karena itu, pemasaran harus dipikirkan dengan matang sejak jauh hari sebelumnya untuk menentukan strategi yang tepat dan berhasil menarik pelanggan sebagai target penjualan.

Menurut Durianto dalam Halim, dkk (2019:417), "Minat beli" merujuk pada kemampuan individu atau organisasi untuk membeli dan menggunakan barang serta jasa. Dalam pengukuran daya beli, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi menurut Durianto dalam Halim, dkk (2019:417). Pertama, "*minat beli*" berhubungan dengan rencana kustomer untuk membeli suatu produk dan seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode tertentu. Kedua, "*harga*" adalah sejumlah uang yang harus ditukarkan untuk memperoleh barang tersebut. Faktor harga sangat mempengaruhi keputusan

pembelian oleh individu maupun kelompok. Penentuan harga adalah strategi yang sangat penting dalam memberikan nilai kepada konsumen dan membentuk citra produk (selera), juga berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Selain itu, penentuan harga juga terkait dengan pendapatan dan berkontribusi pada penawaran produk karena memengaruhi selera atau keinginan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut. Tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen menunjukkan bahwa mereka cenderung akan melakukan pembelian ulang produk tersebut. Keputusan untuk mengadopsi suatu produk biasanya muncul setelah konsumen mencobanya dan merasa tertarik terhadap produk tersebut. Ketertarikan ini timbul ketika konsumen percaya bahwa produk yang mereka pilih memiliki kualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Dengan kata lain, produk tersebut memiliki nilai dan mutu yang tinggi di mata konsumen.

Memanfaatkan momen ini, setiap perusahaan harus memahami perilaku kastemer pada pangsa pasar sasaran mereka. Ini karena perusahaan bertujuan untuk memproduksi dan membuat produk yang sesuai dengan kemauan dan keinginan konsumen. Dengan memahami keinginan dan harapan konsumen, perusahaan dapat menghasilkan produk yang lebih menarik dan berkualitas tinggi, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk mereka. Maka dari itu pembuatan olahan krupuk ikan tengiri juga cocok dikota Probolinggo, karena bahan untuk pembuatan ikan tengiri mudah didapat pada kota Probolinggo.

Tingkat kepuasan tinggi pada konsumen menunjukkan bahwa mereka cenderung akan melakukan pembelian ulang produk tersebut. Proses pengambilan keputusan konsumen untuk mengadopsi suatu produk terjadi setelah mereka mencobanya. Pada tahap ini, timbul ketertarikan terhadap produk tersebut. Ketertarikan konsumen terhadap produk muncul karena mereka memiliki persepsi bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan dan keinginan mereka. Dengan kata lain, konsumen menganggap produk tersebut memiliki nilai dan mutu yang tinggi. Hal ini menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk tetap membeli produk tersebut di masa mendatang.

Dalam memanfaatkan fenomena ini, setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada segmen pasar yang menjadi sasarannya. Sebab, perusahaan dalam kegiatan produksinya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pembuatan olahan krupuk ikan tengiri juga cocok dilakukan di kota Probolinggo, karena bahan baku untuk pembuatan ikan tengiri mudah didapatkan di kota tersebut.

Kualitas adalah totalitas dari karakteristik dan atribut suatu produk atau jasa yang ditentukan oleh kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh pelanggan. Hal ini mencakup berbagai variabel seperti tampilan fisik atau bentuk (Bentuk), persepsi umum tentang kualitas (Kesan kualitas), kemampuan untuk bertahan lama dalam penggunaan normal (Ketahanan), gaya atau penampilan yang menarik (Gaya), dan desain yang mencakup fungsi, ergonomi, dan efisiensi untuk memenuhi kebutuhan

konsumen (Desain) (Kotler dan Keller, dalam Anggraeni, 2016: 172). “Kualitas produk terpenuhi ketika perusahaan mampu menyediakan produk sesuai dengan harapan pelanggan, bahkan melebihi harapan mereka. Perusahaan yang menawarkan kualitas ini akan membina hubungan yang positif dengan pelanggan. Melalui hubungan jangka panjang yang terjalin, perusahaan akan lebih memahami kebutuhan pelanggan yang diharapkan”.

Penting untuk mencatat bahwa hal ini dapat memberikan manfaat positif bagi perusahaan dan UMKM di kota Probolinggo. Kualitas produk memainkan peran kunci dalam memuaskan kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan mereka. Apabila usaha UMKM mampu menghadirkan produk makanan yang berkualitas, hal ini akan menghasilkan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan konsumen timbul ketika pelanggan merasa puas setelah membeli dan mengonsumsi produk tersebut, sehingga menciptakan pengalaman positif bagi mereka.

Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dan membentuk loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau usaha UMKM. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan perasaan pelanggan setelah membandingkan antara harapan mereka dengan kenyataan atau apa yang benar-benar diberikan oleh usaha UMKM. Jadi, penting bagi perusahaan dan UMKM untuk mempertimbangkan kualitas produk agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas konsumen.

Kemiskinan merupakan situasi kompleks yang melibatkan berbagai aspek seperti akses ekonomi, sosial, budaya, politik, dan partisipasi dalam masyarakat. Dalam kondisi ini, individu atau kelompok tidak mampu memenuhi kebutuhan dasar, termasuk makanan dan kebutuhan lainnya. Mengatasi masalah kemiskinan dan mengurangi kesenjangan pendapatan menjadi perhatian utama dalam pembangunan negara. Fenomena ini mencerminkan adanya ketidakadilan sosial dan ketidakseimbangan ekonomi di masyarakat. Oleh karena itu, mencapai tujuan mengatasi kemiskinan dan kesenjangan pendapatan menjadi prioritas dalam pembangunan. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, diperlukan kebijakan yang efektif dalam bidang ekonomi, sosial, dan politik untuk memastikan kesempatan yang sama bagi masyarakat dalam mengakses sumber daya dan peluang untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Amenesi *dalam* Christoper (2017:35) “menjelaskan bahwa pendapatan merupakan alat indikator untuk mencapai atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Indikator yang digunakan untuk menentukan tingkat kemiskinan di suatu wilayah dapat ditentukan berdasarkan pra-kekayaan keluarga yang menggambarkan kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dasar dan perumahan”.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang disetujui pemerintah, pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) meliputi beberapa tahapan, seperti perluasan kegiatan promosi usaha yang mendukung pengembangan pembangunan. pengembangan UMKM, peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM, peningkatan keterampilan

usaha di sektor mikro, kecil, dan menengah, peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM), peningkatan citra UMKM dan pengembangan sinergi masyarakat dan keterlibatan pemangku kepentingan dalam pemberdayaan UMKM.

Fokus pada pengembangan potensi UMKM membawa pembahasan penelitian ini ke arah konsep pengembangan ekonomi lokal yang kreatif melalui proses kewirausahaan yang dinamis. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesejahteraan komunitas dan usaha di wilayah tersebut, dengan upaya untuk meningkatkan kualitas hidup bagi semua yang terlibat dalam pendirian UMKM. Pendekatan ini berlaku khusus bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta melibatkan semua pihak dalam komunitas yang terlibat langsung dalam pengembangan usaha-usaha tersebut.

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kota Probolinggo menjadi salah satu fokus utama dalam pembangunan wilayah tersebut. UMKM dianggap sebagai pilar penting dalam sistem ekonomi kerakyatan yang memiliki tujuan lebih dari sekadar mengurangi kesenjangan pendapatan dan memberdayakan pelaku usaha, atau mengatasi masalah kemiskinan dan menciptakan lapangan kerja. Pengembangan UMKMB diharapkan akan memperluas base ekonomi dan memberikan Kontribusi signifikan dalam mempercepat pertumbuhan struktu tersebut. Hal ini, meningkatkan perekonomian daerah dan meningkatkan ekonomi nasional secara keseluruhan. Berikut ini adalah beberapa contoh UMKM.

Tabel 1

Contoh UMKM

Tingkat UMKM	Nama produk dan Pemilik	Kelebihan	Kekurangan	Sumber
UMKM tingkat Nasional	Roti Mad Begel (Prima Hayuningputri, Anika Miranti)	a. Rasa b. Tampilan kemasan c. Pemasaran	a. Penyesuaian tekstur, rasa, dan nama terhadap masyarakat Indonesia yang cukup lama	(<i>Cerita Prima Hayuningputri Iseng Dirikan Mad Bagel</i> , n.d.)
UMKM tingkat Jawa Timur	Griya Shanum (Retno Wulansari)	a. Menarik b. Banyak varian c. Pemasaran	a. Kurangnya bahan baku salak sebaiknya menambah bahan baku karena ramainya outlet yang di beli olahan makanan dan minumannya	(<i>Situs Resmi Pemkab Bojonegoro</i> , n.d.)
UMKM tingkat Kota	Tempe Al Barokah Probolinggo (Saiful Rahman)	a. Rasa b. Tampilan c. Pelayanan d. Harga	a. Pemasaran masih dengan cara tradisional b. Kurangnya promosi lebih luas	(<i>Rahasia Sukses Tempe Al Barokah Probolinggo Tetap Di Hati Konsumen - TIMES Indonesia</i> , n.d.)

Sumber : Penulis, 2023

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Silaningsih dan Utami dalam konteks marketing mix terhadap minat beli makanan ringan, ditemukan bahwa konsumen cenderung memiliki minat beli yang tinggi ketika produk menawarkan kelebihan dan memiliki kualitas yang baik. Ketika konsumen merasa puas dengan produk tersebut, mereka lebih cenderung untuk mempromosikannya secara lisan (mouth to mouth) kepada orang lain.

Dalam hal ini, faktor-faktor seperti keunggulan produk (kelebihan), kualitas produk, dan kepuasan konsumen menjadi kunci penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap makanan ringan. Jika produk makanan ringan memiliki kelebihan dan memberikan kualitas yang baik, konsumen akan merasa puas dengan pengalaman mereka dalam mengonsumsi produk tersebut. Kepuasan ini kemudian akan mendorong mereka untuk merekomendasikan produk kepada orang lain, yang dapat meningkatkan popularitas dan penjualan produk tersebut secara alami melalui metode promosi dari mulut ke mulut. Kekurangannya adalah dari segi gencaran promosi produk, sedangkan menurut Zebua, dkk Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian kripik singkong karena memiliki kelebihan dari segi bahan yang mudah ditemukan. Salah satu kekurangan dari kripik singkong ini adalah persaingan yang tinggi karena banyaknya pesaing dalam memproduksi kripik singkong. Hasil penelitian tentang kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Saffa Tjahya Lestari menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas dalam membeli produk tersebut, terutama karena mereka menyukai kualitas produk dan kemasannya. Kualitas produk dianggap menarik, higienis, dan sesuai dengan harapan sehingga konsumen merasa nyaman membagikannya sebagai oleh-oleh atau hadiah kepada kerabat. Kekurangannya adalah dari segi kesuaian harga dengan produk. Dari beberapa contoh ketiga penelitian UMKM terdahulu tersebut

yang membedakannya yaitu pengaruh minat beli dan kualitas produk terhadap peningkatan pendapatan olahan rengginang ikan tengiri.

Tabel 2
Jumlah Angkatan Kerja produktif di Kota Probolinggo

Kelompok Umur	Jumlah Angkatan Kerja di Kota Probolinggo (Jiwa)			
	Laki-laki	Perempuan	Total	Presentase (%)
	2021	2021	2021	2021
17-30	20166	13394	33560	41%
30-45	27285	20479	47764	59%
Total	47451	33873	81324	100%

sumber : *website.bps.go.id*, Februari 2023.

Berdasarkan umur jumlah Angkatan kerja usia produktif di kota Probolinggo pada tahun 2021 adalah usia 17-30 tahun dan usia 30-45 tahun. Berdasarkan tabel jumlah Angkatan kerja usia produktif di kota probolinggo usia 17-30 tahun presentasinya

sebesar 41%. sementara umur jumlah Angkatan kerja umur produktif di kota Probolinggo pada tahun 2021 usia 30-45 tahun presentasinya sebesar 59%. Maka dari data tersebut ada potensi SDM yang berpotensi sebagai tenaga kerja.

Tabel 3
Jumlah produksi perikanan di Kota Probolinggo

Produksi Perikanan Menurut Jenis Kegiatan di Kota Probolinggo, 2013

Jenis Kegiatan Perikanan	Tahun 2013	
	Volume (Ton)	Nilai (000 Rp)
Budidaya Ikan Kolam	394,98	9 364 530,00
Budidaya Ikan Tambak	273,47	5 020 750,00
Perikanan Tangkap Laut	13 042,22	199 936 305,41
Perikanan Tangkap Perairan Umum	8,36	99 535,00

Sumber : Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Probolinggo

Berdasarkan dari tabel 2 jumlah produksi perikanan yang paling banyak di kota probolinggo pada tahun 2013 adalah dari sektor kelautan sebesar 13.042,22 ton. dari data tersebut potensi SDA yang cocok dikota probolinggo adalah usaha dari bahan yang menggunakan hasil perikanan tangkapan laut. Maka dari itu, potensi bahan yang cocok adalah ikan untuk pembuatan rengginang ikan tengiri.

Pada akhir tahun 1980-an, Ibu Alilah (generasi pertama) mendirikan toko oleh-oleh bernama UD. Barokah di Jl. Cokroaminoto Gg VIII No.161, Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia. Toko ini awalnya mengkhususkan diri dalam perdagangan aneka rengginang (rengginang matang, rengginang mentah, rengginang mini) dengan merek "Rengginang Ikan Cap TENGIRI".

Perubahan dalam industri rumah tangga yang memproduksi camilan makanan dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan politik Kota Probolinggo pada tahun 2000-an. Semua bisnis ini digabungkan ke dalam kelompok yang

menonjolkan makanan oleh-oleh lokal. Karena itu, UD. Barokah berubah menjadi Toko Barokah, yang kemudian menjadi Toko Oleh-Oleh Barokah Khas Probolinggo..

Merek utama Toko Oleh-Oleh Barokah Khas Probolinggo adalah Rengginang Ikan Cap TENGIRI. Toko ini juga menjual produk lain seperti Rengginang mentah dan Rengginang mini. Toko tersebut saat ini telah berkembang pesat menjadi salah satu toko oleh-oleh terlengkap dengan berbagai produk baru yang lebih beragam, baik dalam kemasan maupun dalam rasa yang dikombinasikan. Produknya memiliki ciri khas bahan-bahan Indonesia yang dikombinasikan dengan inovasi yang dibuat di Kota Probolinggo..

Toko Oleh-Oleh Barokah Khas Probolinggo bangga dengan sertifikasi yang dimilikinya, yaitu Sertifikat P-IRT dari dinas kesehatan dan Sertifikat Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal ini memberikan jaminan kepada seluruh konsumen/pelanggan bahwa produk mereka berkualitas dan aman dikonsumsi. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lili Salfina dan rekan-rekannya pada tahun 2018, yang menyatakan bahwa kualitas produk yang diterapkan oleh Toko Oleh-Oleh Barokah Khas Probolinggo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan konteks yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk menyelidiki hubungan antara minat beli dan kualitas produk dalam usaha

mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terhadap peningkatan pendapatan dari olahan rengginang ikan tengiri di UD. Barokah Probolinggo.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang akan diteliti berdasarkan latar belakang di atas adalah:

"Bagaimana pengaruh minat beli dan kualitas produk UMKM terhadap peningkatan pendapatan dari olahan rengginang ikan tengiri pada UD. Barokah Probolinggo?"

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan ini, tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh minat beli dan kualitas produk UMKM terhadap peningkatan pendapatan olahan rengginang ikan tengiri pada "UD. Barokah Kecamatan Kanigaran, Kota Probolinggo"?

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat. Ini adalah klasifikasi keuntungan penelitian ini:

1. Bagi UMKM UD. Barokah Probolinggo: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi yang berharga mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan dari olahan rengginang ikan tengiri. Hasil penelitian ini dapat membantu UMKM dalam meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas produknya, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan penjualan.

2. Bagi konsumen: Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang lebih baik tentang komponen yang mempengaruhi minat beli dan kualitas produk, sehingga pelanggan dapat membuat keputusan yang lebih baik dan merasa lebih puas dengan barang yang mereka beli.
3. Bagi masyarakat dan pemerintah: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang pentingnya pengembangan UMKM dan peran produk lokal dalam meningkatkan ekonomi lokal. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan dan program yang mendukung pengembangan UMKM dan industri lokal.
4. Bagi dunia akademis: Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti atau mahasiswa lain yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa atau melanjutkan studi terkait. Hasil penelitian ini juga dapat berkontribusi pada pengetahuan dan pemahaman di bidang pemasaran dan pengembangan UMKM.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini berfungsi untuk menyajikan uraian secara logis tentang tahap-tahap penelitian yang dilakukan, sehingga memudahkan para pembaca dalam memahami isi penelitian. Adapun sistematika penulisan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Bagian ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan masalah yang akan diteliti.

2. BAB II Kajian Pustaka

Dalam Bab II ini, akan diuraikan tinjauan pustaka yang digunakan sebagai sumber referensi dan dukungan untuk mengkaji permasalahan yang diteliti. Tinjauan pustaka ini akan memberikan penjelasan yang relevan dan menjadi acuan dalam menghadapi permasalahan yang dibahas, yakni tentang pengaruh minat beli dan kualitas produk dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) olahan rengginang ikan tengiri terhadap peningkatan pendapatan di "UD. Barokah Probolinggo" di Kota Probolinggo.

3. BAB III Metode Penelitian

Bagian ini memberikan penjelasan tentang rancangan penelitian, populasi dan sampel yang akan digunakan, metode pengumpulan data, dan analisis data yang akan digunakan..

4. BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bagian ini memberikan penjelasan lebih lanjut tentang rancangan penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, dan analisis data yang akan digunakan dalam penelitian. Bagian ini juga memberikan interpretasi lebih mendalam

dari temuan penelitian. Peneliti akan menghubungkan temuan penelitian dengan teori-teori yang diuraikan dalam tinjauan pustaka.

5. BAB V Penutup

Bab V berisikan kesimpulan dan saran, berisi jawaban dari rumusan masalah yang memuat kesimpulan terkait Pengaruh Minat Beli Dan Kualitas Produk UMKM Terhadap Peningkatan Pendapatan Olahan Rengginang Ikan Tengiri Pada UD. Barokah di kelurahan Kanigaran Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo. Adapun saran berisi hal-hal di luar penelitian yang di temukan selama penelitian di lakukan saran-saran dapat berfungsi sebagai rujukan sekaligus rekomendasi terkait subyek penelitian.