

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya hobi memelihara burung dan banyaknya komunitas pecinta burung kicau atau yang sering disebut kicau mania sehingga memberikan peluang bagi para pengusaha untuk ikut serta terjun kedalam industri kebutuhan burung, salah satunya yang masuk kedalam industri kebutuhan burung adalah Usaha Kecil Menengah (UKM) Maleo dan salah satu produk yang dihasilkan adalah nektar kolibri.

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk kemajuan sebuah usaha. Apabila barang atau jasa telah dihasilkan tinggal bagaimana perusahaan memasarkannya. Dan untuk itu sebuah terobosan harus dilakukan, tentu saja terobosan-terobosan yang akan dilakukan dapat memberikan manfaat langsung untuk sebuah usaha dalam melakukan sistem pemasaran yang efektif dan efisien untuk pencapaian minat beli dari konsumen yang tinggi. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka sebuah perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat dengan melihat kondisi pasar dan para pesaingnya. Melihat persaingan pasar yang terjadi yang ditandai dengan munculnya berbagai produk yang sejenis, maka UKM Maleo harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

Salah satu sistem pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk adalah dengan membuat kemasan yang baik. Saat ini kemasan telah menjadi alat pemasaran yang penting, apabila kemasan dirancang dengan baik dapat menimbulkan nilai kecocokan bagi konsumen dan nilai promosi oleh produsen. Saat ini banyak perusahaan yang sangat memperhatikan kemasan bagi sebuah produk karena menganggap kemasan tidak hanya sekedar pembungkus ataupun wadah bagi sebuah produk akan tetapi dapat meningkatkan nilai promosi.

Selain kemasan, kualitas produk juga telah menjadi strategi bisnis yang banyak digunakan oleh perusahaan. Perusahaan yang menjadikan kualitas produk sebagai strategi bisnis akan memiliki keunggulan terhadap para pesaing-pesaingnya dalam upaya menguasai pasar. Dan salah satu hal yang dilakukan

UKM Maleo dalam mempertahankan konsumennya adalah dengan tetap mempertahankan kualitas produknya dari segi bahan baku, tampilan dan manfaatnya, sehingga para konsumen akan melakukan pembelian kembali terhadap produk tersebut.

Keputusan pembelian adalah tahap evaluasi yang membuat para konsumen membuat daftar peringkat dalam pilihannya dimana tahap ini akan menciptakan keinginan pembelian sehingga para konsumen akan membeli sebuah bproduk yang mereka sukai.

Maleo merupakan usaha kecil menengah atau yang lebih dikenal UKM yang bergerak dalam bidang kebutuhan burung dari aksesoris, makan, pemikat burung hingga kebutuhan lainnya. Saat ini UKM Maleo memiliki cabang usaha di Provinsi Lampung tepatnya di Kota Metro dan pusatnya berada di Kota Depok. Seperti yang dijelaskan diawal perkembangan usaha kebutuhan unggas yaitu burung semakin banyak membuat persaingan industri ini menjadi semakin ketat. Sehingga UKM Maleo dapat sukses dalam persaingan harus berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan, supaya tujuan dapat tercapai, maka perusahaan harus menghasilkan produk yang diinginkan konsumen dengan kemasan yang menarik dan kualitas yang baik, dengan demikian harus mampu memahami perilaku konsumen sarannya untuk meningkatkan penjualan produk pada UKM Maleo.

Tabel 1. Jenis produk UKM Maleo.

No	Jenis	Kuantitas
1	Makanan burung	47 produk
2	Aksesoris	3 produk
3	Pemikat	1 produk

Sumber : UKM Maleo

Pada penelitian ini peneliti menggunakan salah satu produk yaitu nektar kolibri sebagai bahan penelitian. Nektar merupakan makanan utama bagi burung kolibri, ketika di alam bebas burung mendapatkan nektar dari bunga-bunga yang bermekaran dengan cara menghisapnya.

Dari hasil pra survey yang dilakukan terhadap beberapa responden ditemukan fenomena yaitu terkait dengan keputusan pembelian yaitu dimana keputusan akhir konsumen untuk menggunakan produk UKM Maleo masih belum sesuai dengan harapan, hal ini dikarenakan konsumen beranggapan kualitas dari

produk UKM Maleo masih kurang baik dan tidak sebanding dengan harga yang ditetapkan dan masih konsumen banyak yang memilih menggunakan produk dari kompetitor UKM Maleo.

Dari fenomena yang telah didapat dari penjelasan oleh beberapa responden peneliti juga melakukan wawancara terhadap pemilik UKM Maleo di kota metro terkait data penjualan nektar kolibri selama tahun 2019-2020 hal tersebut dilakukan sebagai bahan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berikut data penjualan nektar kolibri pada UKM Maleo seperti yang tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Data Penjualan Nektar pada UKM Maleo Pada Bulan Januari 2019 s/d Desember 2020.

Waktu	Banyaknya/Pcs	
	Tahun 2019	Tahun 2020
Januari	1000	1093
Februari	1000	310
Maret	648	485
April	1001	630
Mei	615	540
Juni	570	1230
Juli	1161	254
Agustus	367	858
September	315	638
Oktober	586	775
Novermber	658	585
Desember	697	715
Jumlah	8.618	8.113

Sumber : Data Penjualan UKM Maleo Tahun 2019-2020.

Tabel 2. Merupakan data penjualan dari tahun 2019 s/d 2020 produk nektar kolibri pada UKM Maleo. Terdapat data yang menunjukkan kenaikan hingga penurunan, hal tersebut dipengaruhi oleh keputusan pembelian para konsumen yang belum meningkat dari waktu ke waktu. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada UKM Maleo yang akan diteliti oleh peneliti yaitu tentang kemasan dan kualitas produk. Apakah kedua faktor

tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini disebabkan karena dengan adanya faktor tersebut yang secara tidak langsung

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemasan Dan kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Di Kota Metro”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Munculnya produk sejenis dan memiliki kemasan yang hampir sama.
2. Kualitas produk yang dipertahankan UKM Maleo membuat harga nektar maleo lebih tinggi sehingga membuat beberapa konsumen memilih produk lain.
3. Keputusan pembelian yang pada tahun 2019-2020 mengalami naik dan turun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka peneliti menetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Maleo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Maleo?
3. Apakah kemasan dan kualitas produk berpengaruh bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Maleo?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Maleo.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Maleo.
3. Untuk mengetahui apakah kemasan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Maleo.

E. Kegunaan Penelitian

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak UKM sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan perusahaan atau UKM khususnya dalam bidang pemasaran.

2) Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengaplikasian tentang teori-teori pemasaran yang telah diperoleh terutama mengenai kemasan dan kualitas produk. Sehingga penulis dapat menambah pengetahuan mengenai pemecahan masalah dalam pemasaran sebuah produk.

3) Bagi Universitas Muhammadiyah Metro

Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu manajemen pemasaran dan sebagai bahan pembelajaran bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro.

F. Asumsi penelitian

Asumsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: jika kemasan dan kualitas produk sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, maka penjualan produk pada UKM Maleo dapat meningkat”.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan tujuan penelitian ini untuk membuat deskripsi gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara berbagai fenomena yang diselidiki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memberikan bukti empiris tentang “Pengaruh kemasan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Kota Metro”.

H. Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah penulisan, maka sistematika penulisan ini dibagi menjadi lima bab, sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, asumsi penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II : KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini membahas deskripsi teori, pengertian pemasaran, kemasan, kualitas produk, keputusan pembelian. Pada bab ini juga menunjukkan penelitian yang relevan dan kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas desain penelitian, objek dan lokasi penelitian, metode penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan data-data yang digunakan untuk mencari hasil dari masalah

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini akan menguraikan tentang kesimpulan dari hasil yang dibahas dan saran dari penulis