

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki perubahan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang sangat pesat. UMKM berperan penting dalam menciptakan peluang usaha dan lapangan pekerjaan. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, ada sekitar 64 juta UMKM yang ada di Indonesia. (Kemenkeu, 2020). UMKM juga memiliki kontribusi penting bagi perekonomian Indonesia. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. *E-commerce* merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) untuk memasarkan produknya serta dapat memperluas akses pasar. Pemasaran melalui *Ecommerce* membuat pelaku bisnis usaha kecil dan menengah (UKM) dapat langsung berkomunikasi dengan para konsumen dan calon konsumen, sehingga mereka dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Dalam sebuah perusahaan, brand atau merek menjadi salah satu aspek yang penting dalam penjualan suatu produk atau jasa karena *brand* adalah personal identitas dalam perusahaan. Selain itu *brand* juga memudahkan dalam mendefinisikan dan membedakan dari kompetitor perusahaan, sebagai pelaku bisnis dalam suatu perusahaan penting sekali untuk mengenal dan merumuskan suatu *brand*, karena tidak hanya mencoba membuat *impression* yang kuat tetapi memungkinkan bagi konsumen dan mitra untuk mengenal perusahaan. Untuk itu buruknya kualitas *brand* atau merek dalam perusahaan akan mempengaruhi calon konsumen untuk tidak lagi menggunakan jasa dari perusahaan tersebut (Putry & Afandy, 2022).

Pertumbuhan sektor UMKM sering diartikan sebagai sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara berkembang yang memiliki income perkapita yang rendah. Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah pilar penting perekonomian nasional maka tidak heran karena sektor UMKM ini memberikan kontribusi besar bagi perekonomian dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi juga memiliki kedudukan strategis dalam pemerataan pendapatan bagi masyarakat sekaligus sebagai wadah sosial ekonomi masyarakat. Begitu pentingnya peran UMKM terhadap perekonomian Indonesia dapat dikatakan sektor ini sebagai motor penggerak aktivitas ekonomi nasional, dengan memperhatikan perkembangan sektor UMKM tentu hal ini mampu menekan angka kemiskinan di suatu Negara, akan tetapi sector ini bekembang.

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tahun 2019 hingga tahun 2021 terus mengalami peningkatan meskipun dalam kondisi pandemi Covid-19. Hal tersebut diduga karena selama pandemi Covid-19 banyak masyarakat yang terkena dampak pendemi seperti pemutusan hubungan kerja (PHK), Pembelakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), dan lain sebagainya yang kemudian mengakibatkan banyak masyarakat yang membuka usaha UMKM untuk meningkatkan pendapatan sehingga dengan adanya dampak pandemi ini mengkaibatkan adanya peningkatan jumlah UMKM setiap tahunnya dari kurun waktu tahun 2019-2021.

Bandar Lampung menjadi salah satu wilayah kota madya yang memilki total UMKM terbanyak di provinsi Lampung, pertumbuhan perekonomian di kota Bandar Lampung karena banyaknya pembangunan infrastruktur dan Lembaga Pendidikan sehingga memberikan perkembangan perekonomian dibidang UMKM wilayah kecamatan yang memiliki total UMKM tertinggi adalah pada wilayah Tanjung Karang pusat sebesar 2.992, kemudian

Kemiling sebesar 2.764 dan Sukarame sebanyak 2.587. Kecamatan Kemiling memiliki lokasi yang strategis dari pembangunan serta menjadi salah satu wilayah Pendidikan yang cukup padat, sehingga membeirikan pertumbuhan bagi perekonomian khususnya pertumbuhan UMKM di kecamatan Kemiling. Banyaknya pesaing dalam berbisnis memberikan kesulitan bagi pelaku usaha untuk bisa mempertahankan eksistensinya di tengah bisnis yang cukup banyak.

Salah satu UMKM yang mengalami masalah dalam pengenalan merek yaitu UMKM yang ada di Lampung, UMKM Deca Jamur *Crispy* merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah yang memulai usaha di tahun 2014 untuk penjualan jamur segar, dan untuk jamur *crispy* pada tahun 2019 nama pemilik/*owner* dari UMKM Deca Jamur *Crispy* yaitu Bapak Liyanto. Jumlah tenaga kerja yang dimiliki berjumlah 4 orang pekerja. Produk yang dijual atau dipasarkan yaitu jamur *crispy*, sate jamur, cilok goreng, jamur tiram segar dan baglog. Deca Jamur *Crispy* merupakan UMKM yang bergerak dibidang budidaya dan pengolahan jamur. Deca Jamur *Crispy* beralamatkan di Gg. Wakafi, Jati Mulyo, Kec Jati Agung, RT 01B RW 001 Provinsi Lampung. UMKM Deca Jamur *Crispy* sudah memiliki izin usaha dan produknya sudah memiliki izin P-IRT dan sertifikat halal.

Di satu sisi, hasil penelitian juga ditemukan bahwa kualitas produk secara langsung mampu mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Seperti hasil penelitian (Anninsa, 2021) yang menyatakan bahwa secara positif dan signifikan citra merek dipengaruhi oleh kualitas produk. Beberapa peneliti juga mendukung hasil tersebut seperti yang dilakukan oleh (Chandra & Snatoso, 2019). Berdasarkan kajian teori dan bukti empiris yang menyatakan bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk mampu mempengaruhi merek dan citra merek juga mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen maka

dapat diduga bahwa citra merek memainkan peran sebagai pemediasi pada hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisa terkait dengan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk di di UMKM Deca Jamur *Crispy*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pemasaran yang dapat membantu UMKM dalam meningkatkan pengenalan merek dan Keputusan pembelian dari konsumen berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian “Analisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Deca UMKM Jamur *Crispy* di Lampung Selatan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, dapat dirumuskan masalah yaitu “Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM Deca Jamur *Crispy* di Lampung Selatan?”

C. Batasan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, dalam penelitian ini untuk menganalisa terkait dengan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Deca Jamur *Crispy* di Lampung Selatan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Deca Jamur *Crispy* di Lampung Selatan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermfaat untuk kemajuan ilmu manajemn pemasaran terkhususnya di UMKM Deca Jamur *Crispy* Kec. Jati Agung, Provinsi Lampung.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan informasi yang berguna bagi UMKM Deca Jamur *Crispy* dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen terhadap produk.