

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Di masa globalisasi sekarang, kewirausahaan bergerak begitu cepat, dan munculnya berbagai pelaku usaha menyebabkan persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Persaingan dalam bisnis tidak terjadi pada usaha dalam skala besar saja melainkan persaingan bisnis juga berlaku pada usaha kecil maupun usaha menengah. Pelaku usaha selalu diharapkan untuk siap menghadapi persaingan sengit yang tidak dapat disangkal untuk memiliki pilihan memenuhi serta menguasai pasar.

Berdasarkan sumber informasi dan data Liputan6.com tentang alasan pertumbuhan ekonomi Bali melebihi nasional, diketahui bahwa pertumbuhan perekonomian di Bali mencapai 5,80% di awal tahun 2019 dari sektor pariwisata. Selain dari sektor pariwisata, pemerintah juga mulai melakukan pemberdayaan dan pengembangan dari sektor pertanian Bali. Salah satu pengembangan dan pemberdayaan dari pemerintah yaitu adanya komunitas tani di beberapa daerah yang ada di Bali. Salah satu komunitas tani di Bali berada di daerah Kabupaten Buleleng, tepatnya di desa Pedawa yang dikenal dengan komunitas tani Bima Dewa.

Komunitas tani Bima Dewa, memproduksi gula aren dari air pohon aren dan kembali diolah menjadi berbagai macam gula aren. Gula aren yang berasal dari Pedawa memiliki ciri khas, pembuatan gula aren yang terbaik di Bali yang

diketahui yaitu terdapat di desa Pedawa. Di Desa Pedawa mayoritas masyarakatnya menjadi petani, dan salah satunya menjadi petani gula aren. Komunitas Tani Bima Dewa telah melakukan beberapa inovasi pada produk gula arennya, seperti gula padat, gula cair dan gula semut. Konsumen yang membeli produk gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa yang sudah tersebar di beberapa Kabupaten di Bali mengakibatkan menjadi semakin dikenalnya produk gula aren Pedawa. Walaupun komunitas tani Bima Dewa sudah melakukan inovasi terhadap produk gula arennya, tetapi permintaan konsumen untuk membeli produk gula aren Pedawa lebih tinggi kepada produk dalam bentuk gula padat daripada gula bentuk lainnya. Kemasan yang digunakan oleh Komunitas Tani Bima Dewa juga mengalami inovasi seperti gula padat yang memiliki kemasan berupa aluminium yang berukuran 18 gram dengan harga Rp4.000 dan berfungsi untuk menghindari gula padat yang meleleh, kemasan yang digunakan untuk gula cair yaitu berupa botol plastik berukuran 250 ml dengan harga Rp30.000, dan untuk kemasan gula semut menggunakan *zipper stand up pouch* dengan ukuran 200 gram dengan harga Rp30.000. Berikut ini adalah laporan penjualan gula aren pada Komunitas Tani Bima Dewa bisa diketahui dibawah.

Tabel 1.1
Data Penjualan Gula Aren Komunitas Tani Bima Dewa
Tahun 2021 (Dalam Rupiah)

Bulan	Gula Cair	Gula Padat	Gula Semut	Total Penjualan
Juni	240.000	3.465.000	1.427.000	5.132.000
Juli	1.314.000	2.250.000	875.000	4.439.000
Agustus	420.000	3.445.000	1.664.000	5.529.000

Sumber : Data penjualan Bima Dewa, diolah kembali

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa penjualan dari produk Gula Merah Pedawa mengalami penurunan penjualan setiap bulannya. Pada bulan Juni ke Juli mengalami penurunan penjualan sebesar 13,5% dan di bulan Juli sampai Agustus terjadi peningkatan penjualan sebanyak 24,6%. Adanya penurunan dalam data penjualan dari gula aren Komunitas Tani Bima Dewa mempengaruhi menurunnya keputusan pembelian produk gula semut Komunitas Tani Bima Dewa.

Kotler dan Armstrong (2014) menemukan yakni putusan membeli ialah siklus dan fase pembeli dalam memilih dan membeli suatu barang yang benar-benar mereka inginkan. Menurut Tjiptono (2008) menyatakan keputusan pembelian yaitu konsumen berperan penting dalam mengenal masalah yang dimilikinya terhadap sebuah produk dan dengan adanya masalah tersebut konsumen mulai mencari informasi mengenai sebuah produk maupun merek yang diinginkan, sehingga konsumen akan memiliki beberapa informasi yang didapat sehingga memungkinkan dalam pengambilan keputusan pembelian sebuah produk. Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar derajat keputusan pembelian gula aren, maka penelitian ini menyebarkan kuisioner pertama pada 30 narasumber.

Temuan Kotler (2000:212), adanya 4 unsur di putusan membeli sebagai berikut kemantapan pada sebuah produk (Y_1), kebiasaan dalam membeli produk (Y_2), memberikan rekomendasi kepada orang lain (Y_3), dan melakukan pembelian ulang (Y_4). Dapat disimpulkan melalui output daftar pertanyaan pertama menunjukkan bahwa pertimbangan dari konsumen terhadap keputusan pembelian gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa tergolong tinggi. Perusahaan dari produk itu sendiri memiliki beberapa strategi untuk menghadapi serta ikut dalam persaingan bisnis yang nantinya akan mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya seperti inovasi produk dan harga (Fitri, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shaleh (2017) dan Susanto (2017), yang mengungkapkan bahwa inovasi produk dan harga secara signifikan dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Swastha (2014), menyatakan faktor terkendali kedua setelah produk yaitu harga yang ditentukan oleh internal perusahaan seperti manajemen pemasaran dan manajemen penjualan. Peter *and* Olson (2000) menyatakan harga adalah jumlah nominal yang ditetapkan oleh pelaku bisnis bagi pelanggan untuk kemudian diperdagangkan ataupun ditukarkan dengan barang atau jasa yang mereka inginkan sendiri. Kotler *and* Armstrong (2008:278), mengungkapkan empat indikator yang dapat mengukur harga yaitu keterjangkauan harga ($X_{2.1}$), kesesuaian harga dengan kualitas produk ($X_{2.2}$), Kesesuaian harga dengan manfaat ($X_{2.3}$), dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing ($X_{2.4}$). Hasil kuesioner awal menunjukkan bahwa pertimbangan konsumen terhadap harga gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa tergolong tinggi. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk

adalah harga, Yusup (2011). Ketertarikan konsumen pada harga produk yang diinginkan tergantung kepada kriteria harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Zulaicha, dkk (2016) yang memiliki output penemuan yaitu harga berdampak signifikan dan positif pada putusan membeli.

Kunci utama dalam melakukan kegiatan berbisnis yang harus diketahui oleh perusahaan dalam bersaing adalah dengan meningkatkan inovasi suatu produk yang diciptakan, dengan adanya kemajuan dalam inovasi produk maka perusahaan akan benar-benar dapat bersaing didalam dan luar negeri sekalipun, agar perusahaan dapat memperluas penjualan produk atau inovasi produk yang ditingkatkan, Freeman (2004). Ernawati (2019) mengartikan bahwa inovasi produk juga dapat membantu konsumen dalam menentukan pilihan yang mereka inginkan. Menurut Masda (2013), perusahaan yang melakukan inovasi pada produknya akan mempengaruhi juga terhadap harga dari produk dan dapat memenangkan persaingan. Menurut Ceccucci, dkk (2010) indikator yang dapat mengukur inovasi produk yaitu keuntungan relatif ($X_{1.1}$), kesesuaian ($X_{1.2}$), dan kemudahan penggunaan ($X_{1.3}$). Hasil kuesioner awal menunjukkan pertimbangan konsumen terhadap inovasi produk gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa tergolong tinggi. Sejalan dengan pernyataan Zulaicha, dkk (2016:124) bahwa barang yang dijual dengan tampilan yang menarik dan dapat menghilangkan kejenuhan pembeli terhadap suatu barang dapat mempengaruhi pertimbangan pembeli pada putusan membeli. Itu searah sama output penemuann dilaksanakan Shaleh (2017).

Perusahaan harus mempertimbangkan dalam masalah penetapan harga dari produk, karena penetapan harga dari produk tidak mudah dan dilakukan

tanpa pertimbangan, Masda (2013). Menurut Setyarko (2016), harga tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penemuan tersebut, berdasarkan hasil dari penelitian Putri (2018), menyatakan harga berdampak pada daya pembelian tetapi harga tak berdampak positif dan signifikan pada putusan membeli. Sedangkan Timoty, dkk (2018) menemukan harga dan inovasi barang berdampak positif dan signifikan pada putusan membeli. Sejalan dengan pernyataan tersebut penelitian dari Ilat, dkk (2018) juga menyatakan terdapat dampak dan signifikan dan positif diantara harga pada putusan membeli ulang. Menurut Rasyid, dkk (2018) dan Abdjul, dkk (2018) memiliki pendapat bahwa inovasi produk dan harga berdampak positif juga signifikan pada putusan membeli. Tapi kebalikannya sama hasil penemuan diteliti oleh Ernawati (2019), dimana memperoleh hasil penelitian tak adanya dampak positif serta signifikan antara inovasi produk pada putusan membeli.

Berdasarkan uraian di latar belakang, dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Sehingga penulis tertarik untuk menguji kembali tentang “Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Gula Aren Pedawa Produksi Komunitas Tani Bima Dewa”

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Didasarkan pemaparan, jadi dapat diidentifikasi permasalahan di penemuan yakni:

1. Produksi gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa mengalami penurunan penjualan pada bulan Juli tahun 2021.
2. Harga yang berbeda dari setiap produk yang diproduksi dapat dijadikan pertimbangan untuk konsumen dalam membeli produk gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa dengan produk komunitas lainnya.
3. Ada tidak konsistenan output penemuan sebelumnya berkaitan sama dampak inovasi produk, harga pada keputusan pembelian.

1.3 Pembatasan Masalah

Didasarkan pemaparan tersebut, jadi penulis memutuskan untuk membatasi variabel penelitian. Di dalam penelitian terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat, inovasi produk dan harga merupakan indikator bebas sedangkan keputusan pembelian merupakan indikator terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Didasarkan pemaparan sudah diuraikan, jadi perumusan permasalahan bisa dijelaskan di penemuan ialah:

1. Apakah inovasi produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa?

1.5 Tujuan Penelitian

Didasarkan pemaparan tersebut, jadi maksud di penemuan ialah:

1. Menguji pengaruh antara inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa.
2. Menguji pengaruh antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa.
3. Menguji pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian gula aren Pedawa produksi komunitas tani Bima Dewa.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Penemuan ini berharap bisa mendapat kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yakni:

1. Manfaat Teoritis

Output penemuan harapannya bisa mendapat perkembangan ilmu pengetahuan pada ilmu manajemen pemasaran dikaitkan sama inovasi barang, harga dan keputusan pembelian. Dengan output penemuan, harapannya pelaku usaha rumahan dan komunitas Tani Bima Dewa dapat meningkatkan penjualan tiap perbulan.

2. Manfaat Praktis

Output penemuan harapannya bisa dipakai komunitas Tani Bima Dewa jadi penambahan informasi juga saran jadi lebih bagus di kenaikan penjualan dari produksi gula aren. Jadi periset pun mampu memperoleh keilmuan di bidang marketing.

