

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintahan Indonesia mampu meningkatkan kesejahteraan ekonominya secara signifikan. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki kontribusi terpenting untuk perkembangan Indonesia. UMKM adalah perusahaan milik orang atau kelompok yang memenuhi syarat untuk digolongkan sebagai usaha mikro. Kehadiran UMKM di Indonesia sangatlah penting karena kontribusinya yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. UMKM memiliki peran yang besar dalam membuka peluang pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, menyatakan sebanyak kurang lebih 64 juta unit perusahaan atau sekitar 99% dari pelaku bisnis di Indonesia adalah bagian dari pelaku UMKM. UMKM sudah mampu menyerap hampir 116 juta orang yang bekerja ke dalam UMKM dan sekitar 58% berperan terhadap Produk Domestik Bruto Nasional. Persaingan dalam dunia ekonomi memicu para pelaku UMKM untuk selalu memunculkan ide-ide yang kreatif dan berinovasi dalam menciptakan suatu produk yang dapat menarik perhatian konsumen sehingga dapat membangkitkan minat beli mereka untuk melakukan pembelian. Tanpa disadari saat ini banyak tersebar UMKM yang telah menguasai pasar mulai dari desa hingga perkotaan. Berikut ini adalah jumlah UMKM per-kabupaten di Provinsi Bali.

Tabel 1.1
Data Keragaan UMKM Provinsi Bali
Menurut Data Akhir Desember 2022

Kabupaten	Jumlah
Gianyar	75.666
Jembrana	67.183
Buleleng	66.368
Karangasem	50.717
Tabanan	47.957
Bangli	44.251
Klungkung	35.792
Denpasar	29.749
Badung	21.699
Total	439.382

Sumber: Diskopukm Provinsi Bali

Berdasarkan data tabel 1.1, dipaparkan bahwa kabupaten Buleleng memiliki UMKM yang cukup banyak dimana kabupaten Buleleng berada di posisi ketiga dengan jumlah pelaku UMKM sebanyak 66.368 yang terdiri dari 48.043 sektor perdagangan, 8.121 sektor industri pertanian, 3.754 sektor industri non pertanian dan 6.450 sektor jasa. Produk di sektor kerajinan tangan memiliki keunggulan dibandingkan sektor lainnya karena dalam sektor kerajinan tangan ini memiliki nilai seni yang berpotensi untuk menguasai pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. UMKM Gegaen Lima *Craft* termasuk satu dari sekian banyak UMKM kerajinan di Buleleng. Gegaen Lima *Craft* di Desa Sudaji. Gegaen Lima *Craft* merupakan usaha yang pengelolaannya memanfaatkan limbah organik seperti koran bekas dan buku bekas. Kerajinan tangan dari limbah organik mempunyai nilai daya beli yang tinggi karena bahan baku yang digunakan mudah didapatkan serta kerajinan tangan dari limbah organik ini memiliki nilai estetika yang tinggi dan ramah lingkungan. Luh Rusmiati merupakan pendiri dari usaha Gegaen Lima *Craft* yang dimana usaha ini

sudah berdiri sejak tahun 2020. Produk-produk yang dihasilkan dari Gegaen Lima *Craft* diantaranya keranjang, tas, tempat tisu, pot bunga, bokor, keben dan lain-lain.

Data yang didapatkan dari Dinas Perdagangan, Industri, dan Koperasi terkait UMKM di Kabupaten Buleleng memperlihatkan terdapat UMKM yang menjual produk serupa dengan Gegaen Lima *Craft* yakni Andar *Craft* yang beralamat di Banjar Dinas Kundalini, Desa Umeanyar. Hal ini akan memunculkan persaingan antara kedua UMKM tersebut. Berikut data penjualan produk-produk kerajinan tangan dari Gegaen Lima *Craft* dan Andar *Craft*.

Tabel 1.2
Data Penjualan Produk Kerajinan Tangan Berbahan Koran
Bulan Januari-Agustus 2023

UMKM	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS	TOTAL
Gegaen Lima <i>Craft</i>	37	17	29	32	28	20	15	10	188
Andar <i>Craft</i>	25	32	33	37	40	42	51	100	360

Sumber: Pemilik UMKM Gegaen Lima *Craft* dan Andar *Craft*

Seperti terlihat pada tabel di atas, banyaknya penjualan produk kerajinan tangan berbahan koran mengalami fluktuasi penjualan pada Gegaen Lima *Craft*. Sedangkan penjualan produk pada Andar *Craft* mengalami peningkatan. Hal ini membuktikan bahwa Andar *Craft* lebih unggul dibandingkan dengan Gegaen Lima *Craft*. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Gegaen Lima *Craft*, fluktuasi penjualan pada produk tersebut disebabkan oleh rendahnya minat beli produk dan tingkat persaingan yang tinggi. Terjadinya fluktuasi penjualan disebabkan oleh produk yang kurang berkualitas seperti desain produk yang kurang beragam, proses pemesanan yang lama, dan lain-lain. Selain itu, harga jual yang ditawarkan tidak selaras dengan kemampuan beli masyarakat. Dimana harga

produk Gegaen Lima *Craft* lebih mahal dibandingkan pesaing. Contohnya adalah produk bokor. Biasanya kisaran harga bokor mulai dari harga Rp 100.000 tergantung dari ukuran yang diinginkan. Sedangkan dari *Andar Craft*, bokor yang dijual berkisaran dari harga Rp 75.000. Untuk bokor yang kecil, Gegaen Lima menawarkan harga Rp 35.000 sedangkan di *Andar Craft* menawarkan harga Rp 25.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga jual produk bokor Gegaen Lima lebih tinggi dibandingkan dengan *Andar Craft*. Hal inilah yang diduga konsumen kurang berminat untuk membeli produk kerajinan tangan di Gegaen Lima *Craft*.

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang muncul dengan rasa kemauan atau ketertarikan konsumen terhadap produk yang diinginkannya sebelum adanya proses pembelian dilakukan (Sabaruddin, dkk., 2022). Menurut Kotler dan Keller (2016), konsumen akan melalui sejumlah bagian sebelum suatu pembelian terjadi, yakni mengidentifikasi kebutuhan, mengumpulkan data, dan mempertimbangkan pilihan. Pada titik ini akan timbul suatu pemicu atau stimulus yang dapat merangsang rasa ingin tahu atau minat di diri konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkan. Kualitas produk dan harga adalah elemen terpenting yang mampu mendorong minat beli seseorang. Calon konsumen akan memutuskan membeli produk yang kualitasnya baik dengan biaya relatif wajar (Firmansyah, 2018: 59).

Konsumen akan mencari informasi mengenai kualitas yang diberikan sebelum pembelian terjadi. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri atau karakteristik dan kemampuan produknya dalam memuaskan kebutuhan yang diinginkan (Kotler dan Keller, 2016). Dalam memuaskan keinginannya, konsumen menginginkan produk dibelinya berkualitas tinggi dan mampu memenuhi

harapannya. Jika produk itu memberikan kesan yang berkualitas kepada konsumen, maka kesan tersebut dapat meningkatkan minat konsumen untuk membelinya. (Kotler dan Amstrong, 2016).

Mencari informasi mengenai harga jual yang diberikan akan dilakukan konsumen sebelum pembelian terjadi. Harga merupakan sejumlah nilai atau uang dibutuhkan konsumen dalam memperoleh produk atau jasa yang diinginkan agar bisa memperoleh keuntungan atas produk atau jasa tersebut (Kotler, dkk., 2022: 266). Menurut Kotler, dkk. (2022: 271) minat beli konsumen sangat dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan. Minat beli konsumen akan menurun seiring dengan adanya kenaikan harga dan akan mengalami peningkatan seiring dengan adanya penurunan harga yang ditawarkan. Harga dan minat beli memiliki keterkaitan yang erat, artinya apabila perusahaan memberikan harga jual terjangkau maka akan menimbulkan rasa ketertarikan dalam diri konsumen untuk membelinya (Tjiptono, 2012).

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan minat beli, diantaranya meneliti terkait minat beli seorang konsumen itu dipengaruhi dari adanya kualitas yang melekat pada produk dan harga jual dari produk tersebut. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Andriyanti dan Farida, 2022). Hal ini juga searah atas studi yang dilakukan oleh Caniago dan Rustanto (2022) memaparkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Penelitian lain menyajikan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli (Ariyanto dan Rahmawan, 2021). Selain itu, peneliti lain menerangkan jika harga berdampak negatif dan signifikan terhadap minat beli (Ulyah dan Hadya, 2021).

Sementara itu, hasil penelitian itu berlawanan terkait studi yang oleh Saputra, dkk. (2021) memperlihatkan bahwa kualitas produk dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Kajian yang diteliti Kasman, dkk. (2023) mengutarakan bila kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Selain itu, riset lain memaparkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Muniarty, dkk., 2021).

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti berminat untuk menguji penelitian terkait “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Gegaen Lima *Craft* Desa Sudaji”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang di atas, beberapa permasalahan yang teridentifikasi diantaranya sebagai berikut

- 1) Jumlah UMKM di kabupaten Buleleng yang cukup banyak.
- 2) Adanya fluktuasi tingkat penjualan produk kerajinan tangan pada UMKM Gegaen Lima *Craft*.
- 3) Adanya kesenjangan hasil penelitian sebelumnya mengenai kualitas produk, harga dan minat beli.

1.3 Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi penelitian mengenai kualitas produk, harga, dan minat beli konsumen terhadap produk-produk kerajinan tangan yang dipasarkan oleh

UMKM Kerajinan Gegaen Lima yang melatarbelakangi masalah-masalah yang telah diidentifikasi.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, beberapa permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut

- 1) Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli pada UMKM Gegaen Lima *Craft*?
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada UMKM Gegaen Lima *Craft*?
- 3) Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli pada UMKM Gegaen Lima *Craft*?

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan masalah-masalah yang sudah diidentifikasi, tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk menguji hal-hal berikut.

- 1) Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli pada UMKM Gegaen Lima *Craft*.
- 2) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada UMKM Gegaen Lima *Craft*.
- 3) Pengaruh harga terhadap minat beli pada UMKM Gegaen Lima *Craft*.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Mendasar pada hal yang harus dicapai atas penelitian yang dilakukan, peneliti mengharapkan hasil yang akan datang bisa memberikan kontribusi dari sudut pandang teoritis dan praktis. Di bawah ini manfaat yang nantinya akan didapatkan, diantaranya sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Temuan studi diharapkan mampu menyumbangkan kontribusi pada pengetahuan ekonomi yang lebih baik, fokusnya terhadap konteks manajemen pemasaran terkait minat pembelian konsumen dipengaruhi oleh produk yang memberikan kualitas tinggi dan harga produk yang relatif rendah.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian bertujuan agar pihak manajemen UMKM Gegaen Lima *Craft* mampu menerapkannya sebagai tambahan dan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan, atau sebagai sumber inspirasi untuk menentukan kebijakan terkait langkah-langkah yang bisa dilakukan dalam menciptakan produk kerajinan tangan yang berkualitas dengan harga yang relatif terjangkau bagi calon konsumen sehingga akan berpengaruh pada meningkatkan minat beli konsumen UMKM Gegaen Lima *Craft*.