

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kekayaan alam melimpah yang dapat menjadi modal dalam pengembangan ekonomi negara. Hal ini dapat diwujudkan dengan menghasilkan suatu produk sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan (Faizah, 2019). Menurut (Intan Shaferi, 2013), perdagangan bebas diartikan sebagai perdagangan yang tidak memiliki hambatan. Perdagangan bebas memungkinkan suatu negara melakukan ekspor dan impor tanpa adanya pembatasan. Hambatan yang dimaksud adalah segala sesuatu yang bisa memengaruhi arus lalu lintas barang dan jasa yang diperdagangkan. Era perdagangan bebas sangat memengaruhi kegiatan perdagangan di Indonesia (Website Nasional Kompas, 2022).

Usaha adalah suatu bisnis yang dimiliki oleh pemilik tunggal sedangkan pengusaha perorangan adalah pemilik dari suatu perusahaan perseorangan. Bagi yang hendak memulai bisnis kecil, bentuk perusahaan perseorangan atau yang juga dikenal dengan usaha dagang adalah bentuk yang dipandang paling sesuai (Website Wikipedia, 2022). Usaha memang bermacam-macam karena bisa dilihat dari sudut pandang. Usaha juga bisa dihubungkan dengan bidang ekonomi. Menurut (Harmaizar, 2013), usaha adalah bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus agar mendapatkan keuntungan, baik yang dilakukan individu maupun kelompok yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum didirikan dan berkedudukan di suatu tempat. Derasnya arus teoritisasi sistem ekonomi dan usaha, inovasi teknologi keuangan, deregulasi dan reformasi institusi telah merubah wajah sistem dan mekanisme finansial sehingga mendorong munculnya perkembangan sistem bisnis global. Pemasaran global adalah suatu upaya dalam mengutamakan seluruh sumber daya yang meliputi sumber daya manusia, aset fisik atau modal dana, dan berbagai tujuan perusahaan lainnya demi menindaklanjuti ancaman pasar global dan untuk meraih potensi yang sama di pasar global (Website Harmony, 2021).

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang, dan mempromosikan barang (Website Wikipedia, 2016).

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Pengertian UMKM ini bahkan telah ditetapkan oleh pemerintah dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Secara umum, apa itu UMKM adalah sebuah bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM dilakukan berdasarkan nominal omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset. Dalam dunia bisnis, usaha dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bidang bisnis produksi atau aktivitas jual beli suatu barang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Individu yang bergerak dalam kegiatan ini biasanya disebut dengan pengusaha atau wirausaha, jika ternyata skala bisnisnya lebih kecil (Website Solusi, 2022). Menurut (Alief Rakhman S. 2015), UMKM memiliki tantangan yang cukup berat dalam memperkuat perekonomian nasional Saat ini ditengah arus persaingan era globalisasi membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global. Sedangkan tolak ukur keberhasilan dalam perdagangan internasional dapat dilihat dari daya saingnya. Daya saing inilah yang menjadi kunci bagi pelaku bisnis dan negara agar berhasil dalam melakukan perdagangan ditengah arus globalisasi saat ini. Menurut Alief Rakhman S. (2015), Globalisasi ekonomi merupakan proses kegiatan ekonomi secara global yang melibatkan negara-negara di dunia. Adanya perdagangan bebas di era globalisasi ekonomi saat ini,

Pemasaran sangat penting dalam bisnis karena berusaha memberikan pemenuhan kebutuhan manusia. Dengan memenuhi kebutuhan masyarakat, maka dari segi angka penjualan sudah pasti meningkat (Website Toffeedev, 2021). Menurut Kotler (2014: 35), pemasaran merupakan salah satu faktor yang terpenting untuk

menunjukkan perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang barang dan jasa. Aktivitas pemasaran sering diartikan sebagai aktivitas menawarkan produk dan menjual produk, tapi bila ditinjau lebih lanjut ternyata makna pemasaran bukan hanya sekedar menawarkan dan menjual produk saja, melainkan aktivitas yang menganalisa dan mengevaluasi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya, idealnya pemasaran menyebabkan pelanggan siap membeli sehingga yang tinggal hanyalah bagaimana membuat produknya tersedia.

Menurut (Philip Kotler, 1998), bauran sebagai serangkaian variabel yang dapat dikontrol dan tingkat variabel yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pasar yang menjadi sasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran, perusahaan atau organisasi yang bergerak di bidang jasa menggunakan bauran pemasaran jasa. Namun fenomena yang ada pada pemasaran UMKM Suwar-Suwir Indah Jaya ini penelitian lebih cenderung mengambil non bauran dikarenakan pemasaran pada UMKM Suwar-Suwir Indah Jaya ini kurang mengenal dan memahami perilaku konsumen karena memasarkannya hanya menyuplai di toko-toko di daerah Jember Selatan dikarenakan UMKM ini bisa dibidang industri rumah tangga maka dari penelitian lebih mengambil variabel budaya, sosial, pribadi, psikologi.

Perilaku konsumen menurut Kotler (2005:183), Suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Perilaku konsumen akan selalu berubah-ubah sesuai dengan pengaruh sosial budaya yang semakin meningkat, sehingga mencari motivasi dalam diri konsumen. Konsumen rela membelanjakan uang lebih dengan tujuan mendapatkan pelayanan yang baik, yang tentu memberi nilai kepuasan kepada konsumen. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi penilaian yang dilakukan oleh seseorang yang akan membeli suatu produk salah satu contohnya dilihat dari perilaku konsumen masyarakat pada zaman sekarang ini adalah banyak pembeli yang lebih memilih berbelanja online agar lebih praktis dan mudah membeli produk. Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi dan dapat berubah-ubah karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, seorang pemasar perlu untuk memahami perilaku konsumen supaya kegiatan pemasaran yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Budaya menurut Kotler, (2005:203) adalah keseluruhan kepercayaan, nilai – nilai, dan kebiasaan yang mempelajari yang membantu mengarahkan perilaku konsumen para anggota masyarakat tertentu. Budaya melengkapi orang dengan rasa identitas dan pengertian akan perilaku yang dapat diterima di dalam masyarakat. Budaya merupakan karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakan dari kelompok kultur lainnya. Apa yang dimakan seseorang, bagaimana mereka berpakaian, apa yang mereka pikirkan dan rasakan, bahasa apa yang mereka bicarakan adalah dimensi dari kultur. Fenomena budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian suwar-suwir indah jaya ini dikarenakan suwar-suwir adalah makanan khas jember yang masih ada dari generasi ke generasi dan masih terjaga hingga saat ini jadi menentukan keputusannya sesuai dengan keinginannya tanpa ada paksaan dari pihak lain.

Sosial menurut Kotler, (2005:203) sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong, (2006:163) mengatakan tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status konsumen, faktor-faktor ini berpengaruh pada tanggapan konsumen. Fenomena sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian suwar-suwir indah jaya ini dikarenakan pemukiman yang sangat padat dan kelas menengah keatas sehingga banyak orang yang minat membuka usaha yang sama maka dari itu suwar-suwir indah jaya ini menjadi banyak pesaingnya saat ini. jadi menentukan keputusannya sesuai dengan keinginannya tanpa ada paksaan dari pihak lain.

Pribadi menurut Kotler, (2005:203) merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan. Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Termasuk watak, dasar seseorang, terutama karakteristik dominan mereka. Meskipun kepribadian adalah salah satu konsep yang berguna dalam mempelajari perilaku konsumen, beberapa pemasar percaya bahwa kepribadian mempengaruhi jenis-jenis dan merek-merek produk yang dibeli. Faktor pribadi merupakan suatu keadaan dimana seseorang mempunyai sifat untuk bisa menentukan keputusannya sesuai dengan keinginannya tanpa ada paksaan dari pihak lain. Fenomena pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian suwar-suwir indah jaya adalah keadaan konsumen suwar-suwir indah jaya menentukan keputusannya sesuai dengan keinginannya tanpa ada paksaan dari pihak lain jadi peneliti sulit untuk mengetahui dan mengukur kepribadian konsumen yang ingin membeli suwar-suwir indah jaya.

Psikologi menurut Kotler, (2005:203) pengertian dibagi dalam tiga bagian, yaitu: Pertama, psikologi adalah studi (penyelidikan) mengenai "ruh". Kedua, psikologi adalah ilmu pengetahuan mengenai "kehidup mental". Ketiga, psikologi adalah ilmu pengetahuan mengenai "tingkahlaku" organisme. Fenomena psikologi berpengaruh terhadap keputusan pembelian suwar-suwir indah jaya adalah konsumen yang termotivasi oleh penjualan produk ini dan terpengaruh oleh orang-orang yang sering membeli produk ini sehingga menentukan keputusannya sesuai dengan keinginannya tanpa ada paksaan dari pihak lain.

Keputusan pembelian oleh konsumen merupakan tujuan awal dari usaha ritel dalam memasarkan produk-produknya, namun diharapkan apabila konsumen menaruh sikap positif dalam evaluasi pembelannya (Karuntu, 2018). Menurut (Subiyantoro et al., 2022), keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk. Oleh karenanya berbagai tanggapan dari pelanggan perlu diterima sebagai masukan yang berharga bagi pengembangan dan penyusunan strategi perusahaan selanjutnya. Pembelian konsumen merupakan nafas bagi perusahaan. Informasi jumlah dan frekuensi pembelian dapat digunakan oleh manajemen dalam merumuskan harga produk yang bersaing.

Menurut Alief Rakhman S. (2015), UMKM memiliki tantangan yang cukup berat dalam memperkuat perekonomian nasional. Saat ini ditengah arus persaingan era globalisasi membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global. UMKM dituntut untuk terus melakukan inovasi dalam mengembangkan produk, meningkatkan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas pemasarannya. Hal ini diperlukan agar mampu meminimalisir bahkan menghilangkan penyebab lemahnya daya saing yang dihadapi UMKM (Faizah N. H., 2019). Pentingnya perilaku konsumen sangat penting bagi bisnis untuk menemukan kesuksesan untuk produknya saat ini serta peluncuran produk baru. Setiap konsumen memiliki proses berpikir dan sikap yang berbeda dalam membeli produk tertentu (Website Topkarir, 2021).

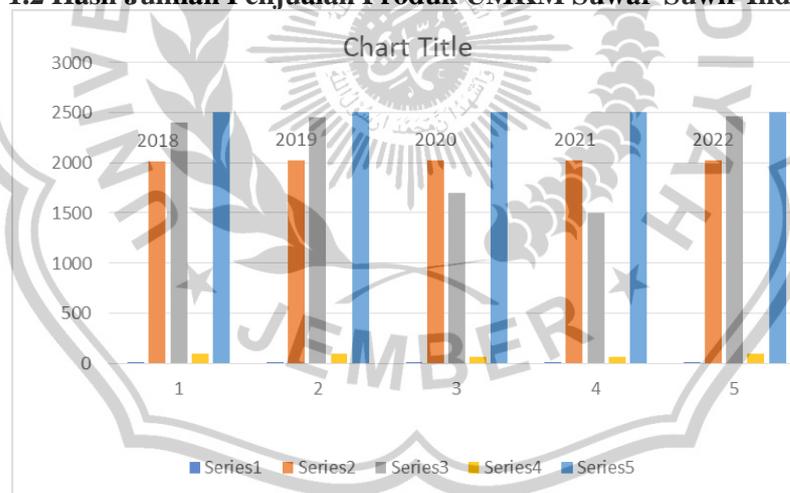
Suwar-suwir merupakan jajanan khas kabupaten Jember yang bahan bakunya berasal dari singkong yang diolah menjadi tape yang telah mengalami fermentasi lanjut. Industri pengolahan suwar-suwir umumnya dikelola oleh para pengrajin rumah tangga yang tersebar di berbagai pelosok pedesaan dan salah satunya Suwar-suwir Indah Jaya ini yang berada di Dusun Jogaran, Desa Gumelar Kecamatan Balung Kabupaten Jember yang didirikan sejak tahun 2005. Suwar-suwir Indah Jaya ini menyuplai toko-toko didaerah Jember selatan saja dikarenakan sekarang ini banyaknya pesaing usaha suwar-suwir yang tersebar di Jember. Sejalan dengan perkembangan dunia yang semakin banyak masyarakat yang lebih memilih berbelanja online. Hal tersebut dikarenakan melihat berkembangnya teknologi dapat memudahkan para konsumen membeli suatu produk tanpa harus datang langsung ke tokonya. Berikut ini data pesaing produk UMKM suwar-suwir Inda Jaya;

**Tabel 1.1 Jumlah Pesaing Produk UMKM Suwar-Suwir Indah Jaya**

No.	Nama toko
1	Suwar-suwir Indah Jaya Balung
2	Suwar-suwir Doho Kebonsari Kec. Sumpalsari Jember
3	Suwar-suwir Sari Madu JL. Gajahmada Jember
4	Suwar-suwir khas Jember
5	Mutiara rasa Jember
6	Rama suwar-suwir
7	Primadona suwar-suwir
8	Suwar-suwir sumber madu sari
9	Suwar-suwir sari rasa
10	Suwar-suwir candiber

Sumber : Data diolah, Juli 2022

Berdasarkan pada tabel 1.1 jumlah pesaing terdapat 10 pesaing yang ada di Jember, dikarenakan banyaknya UMKM yang mempunyai produk sama karena mengingat bahwa suwar-suwir ini makanan khas Jember. Jadi banyak masyarakat yang membuka toko oleh-oleh khas Jember sehingga pesaingnya semakin banyak. Persaingan yang dihadapi tidak hanya datang dari pengusaha sejenis sekitar kota saja melainkan sekarang sudah banyak di Desa–desa yang membuat usaha Suwar-suwir seperti di Dusun Jogaran, Desa Gumelar Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Pada umumnya Industri pembuatan suwar–suwir merupakan industri rumah tangga dan sangat banyak di minati oleh konsumen baik dari kelas menengah ke atas hingga kelas menengah kebawah. Jumlah pengusaha pembuatan Suwar –suwir ini cukup banyak di kota Jember, salah satunya yaitu di Dusun Jogaran, Desa Gumelar Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

**Tabel 1.2 Hasil Jumlah Penjualan Produk UMKM Suwar-Suwir Indah Jaya**

Sumber : Data diolah, November 2022

Berdasarkan pada tabel 1.2 bisa kita lihat jumlah penjualan produk Suwar-Suwir Indah Jaya mulai menurun penjualannya pada tahun 2020 dikarenakan adanya covid19. Dan di tahun 2022 penjualannya mulai naik lagi dikarenakan sudah new normal. jumlah penjualan produk UMKM yang ada di jember Menurut (Suawa et al., 2019). Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, faktor pribadi, faktor sosial. Faktor psikologi. Permasalahan pada UMKM Suwar-suwir Indah Jaya ini antara lain masyarakat kurang tau suwar-suwir ini karena jauh dari pusat kota, banyaknya pesaing di Jember yang memproduksi produk yang sama.

Pada penelitian yang dilakukan menurut penelitian (Zubaidah Hanum & Sahral Hidayat, 2017), menyatakan bahwa hasil penelitian menyatakan bahwa variabel perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Pada penelitian yang dilakukan menurut penelitian (Surya Destian, 2017), menyatakan bahwa hasil penelitian faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis bahwa variabel perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian yang dilakukan menurut penelitian (Srikalimah, 2017), menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel budaya (X1), sosial (X2), pribadi (X3), psikologis (X4) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Pada penelitian yang dilakukan menurut penelitian (Syafirah, 2017), menyatakan bahwa hasil penelitian yang dilakukan variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian yang dilakukan menurut penelitian (Victor Alan Timmerman, 2017), menyatakan bahwa hasil penelitian yang dilakukan variabel budaya, sosial, pribadi, psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan (Bahari & Ashoer (2018)) yang menyatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. penelitian yang dilakukan (Galih Aprilian Susanti (2017) yang menyatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan (Agung Suprayitno, (2020)) yang menyatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan. Penelitian yang dilakukan (Andi Muhammad Irwan (2019)) yang menyatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan (Dinda Putri Maharan (2022)) yang menyatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 1.2 Rumusan Masalah

Setiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama. Perusahaan berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan. Keanekaragaman konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian diantaranya adalah faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis (Kotler, 2005:183). Perilaku konsumen sangat beraneka-ragam dan bisa berubah-ubah, untuk pengusaha agar dapat memahami dan melakukan pendekatan dengan pengelompokan terhadap perilaku yang beraneka-ragam tersebut, sehingga bisa mengetahui faktor-faktor yang melatar belakangi konsumen dalam keputusan pembelian. Menurut Mandagie Y. (2017). Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, faktor pribadi, faktor sosial. Faktor psikologi. Permasalahan pada UMKM Suwar-suwir Indah Jaya ini antara lain masyarakat kurang tau suwar-suwir ini karena jauh dari pusat kota, banyaknya pesaing di Jember yang memproduksi produk yang sama. Berdasarkan latar belakang yang tersebut diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Suwar-Suwar Indah Jaya?
2. Apakah variabel sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Suwar-Suwar Indah Jaya?
3. Apakah variabel pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Suwar-Suwar Indah Jaya?
4. Apakah variabel psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Suwar-Suwar Indah Jaya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis variabel budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Suwar-Suwar Indah Jaya?
2. Untuk menguji dan menganalisis variabel sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Suwar-Suwar Indah Jaya?
3. Untuk menguji dan menganalisis variabel pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Suwar-Suwar Indah Jaya?
4. Untuk menguji dan menganalisis variabel psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Suwar-Suwar Indah Jaya?

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak yaitu:

1. Bagi Akademisi  
Menjadi bahan referensi bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember dan menjadi pembandingan untuk penelitian berikutnya.
2. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada UMKM Suwar-Suwar Indah Jaya sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan UMKM Suwar-Suwar Indah Jaya untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen.
3. Bagi Penulis
  - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman penulis mengenai perilaku konsumen dalam keputusan pembelian.
  - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.