

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Industri usaha mikro, kecil dan alat (UMKM) di Indonesia telah memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian nasional mulai dari hasil produksi, penyerapan tenaga kerja, hingga penghasil devisa. UMKM memiliki keunggulan khusus berupa output berbasis kandungan lokal dengan harga yang relatif terjangkau, tenaga kerja yang mudah dan keterampilan yang sederhana, spesifikasi produk sumur poros yang unik dan pasar internasional.

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan persaingan yang tinggi menuntut UMKM mampu menghadapi tantangan global, seperti peningkatan sumbu inovasi yaitu produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan wilayah pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk mengubah nilai jual bagi UMKM itu sendiri, terutama agar mampu bersaing dengan produk luar negeri yang semakin terkonsentrasi pada industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM merupakan sektor ekonomi dan mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Sudaryanto (2011)

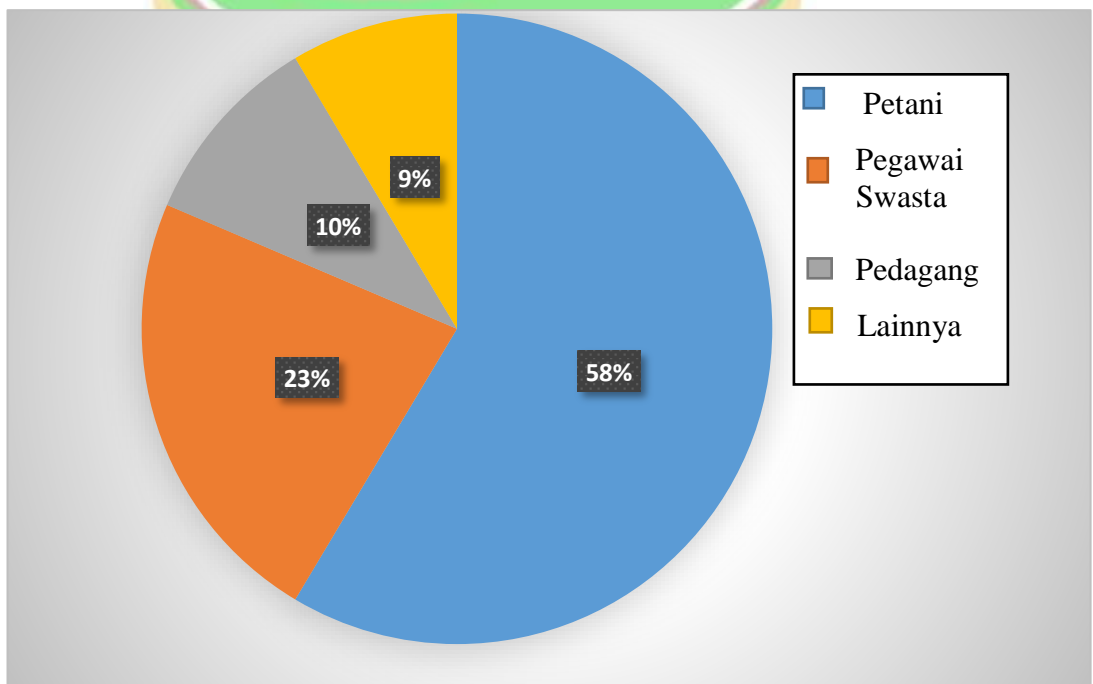
UMKM dianggap memiliki peran penting dalam mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran. Secara nyata, UMKM menyumbang dalam mengurangi jumlah kemiskinan dengan penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat. Karena pentingnya peranan sektor UMKM dalam mendukung pertumbuhan perekonomian tersebut mengharuskan dilakukannya penguatan kapasitas UMKM. Salah satu bentuk penguatan tersebut adalah dengan

meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan serta memperluas akses keuangan bagi UMKM. UMKM yang sekarang harus mengikuti perubahan tahun ketahun seperti memiliki akses online atau teknologi informasi kerana biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing tetapi masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital pada masa kini.

UMKM di Pesisir Selatan Merupakan bagian dari industri nasional yang memiliki peran besar dalam perekonomian, dimana UMKM berpotensi menghasilkan produk yang berkualitas dan dapat bersaing secara global melalui produk yang memiliki keunggulan kompetitif, UMKM di Pesisir Selatan dapat meningkatkan profitabilitas serta bersaing secara global.



Gambar 1.1 Data Statistik Ekonomi

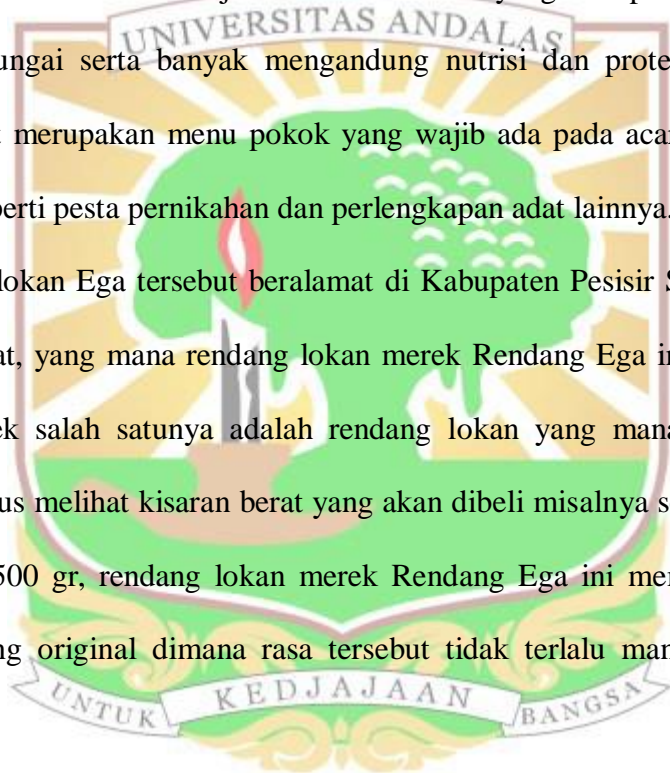


Pada gambar 1.1 diatas dijelaskan bahwa masyarakat pesisir selatan banyak bekerja sebagai petani seperti sawah dan kebun, untuk meningkatkan perekonomian mereka mencari pekerjaan sampingan untuk menambah penghasilan atau keuangan, karena pada dasarnya petani hanya bekerja pada waktu tertentu saja tidak setiap hari dan mereka akan mendapat gaji ketika melakukan pekerjaan saja. Dengan adanya UMKM ini banyak masyarakat berpikir untuk membuat suatu usaha seperti rendang lokan ini di mana makanan ini bisa dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang, alasan mereka membuat usaha rendang lokan ini adalah karena pekerjaan petani atau yang lainnya akan memiliki kesibukan masing - masing sehingga menyebabkan waktu untuk memasak ke dapur itu sedikit. Dengan adanya usaha ini masyarakat yang sibuk pasti akan mencari makanan yang langsung dikonsumsi apalagi rendang ini memiliki jangka waktu yang lama untuk konsumsi. Dalam usaha tersebut juga memerlukan beberapa orang tenaga kerja untuk membantu pekerjaan mereka, sehingga usaha tersebut selain meningkatkan keuangan dan perekonomian juga menciptakan lowongan kerja bagi masyarakat setempat.

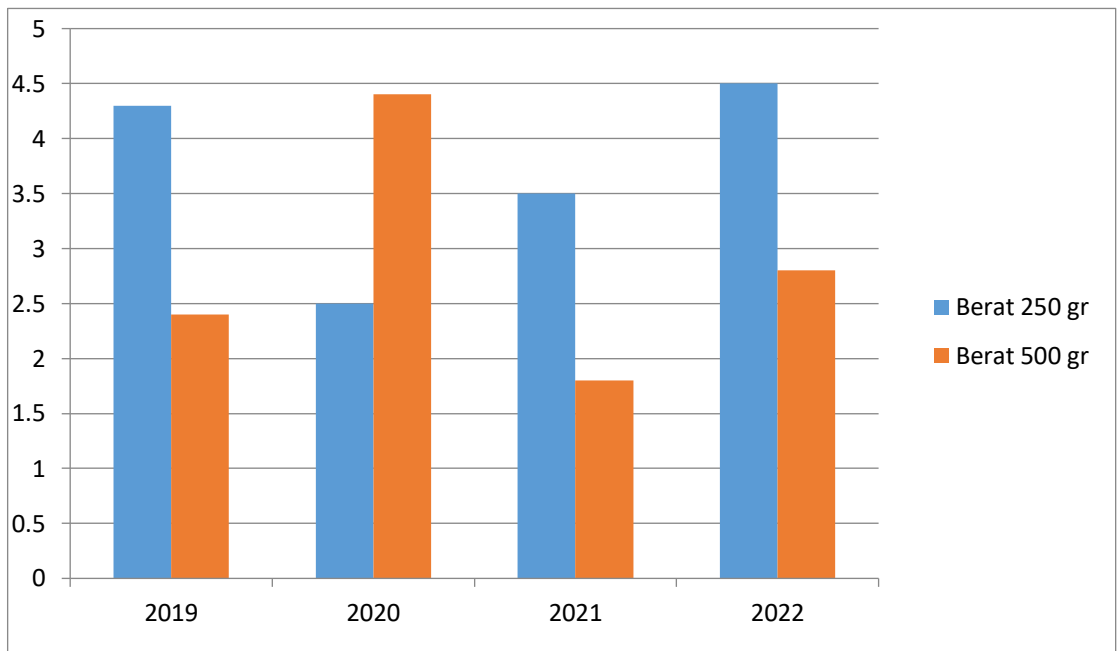
Di Kabupaten Pesisir Selatan makanan rendang merupakan salah satu bidang manufaktur pangan yang potensial dikembangkan dalam memilih makanan rendang tersebut setiap orang tentu memiliki pilihan makanan dengan selera, cita rasa dan harga yang berbeda-beda hal inilah membuat sektor industri makanan memiliki peluang yang cukup besar untuk semakin berkembang, hal ini juga dibuktikan oleh kementerian perindustrian dimana beliau memperkirakan sejumlah sektor industri akan mengalami pertumbuhan yang tinggi.

Randang siput merupakan salah satu makanan khas masyarakat di Kanagarian Inderapura, Kecamatan Pancung Sol, Kabupaten Pesisir Selatan. Makanan ini adalah variasi rendang yang terbuat dari kerang dengan bumbu khas yang bagus dan dapat ditemukan di Inderapura di Pantai Selatan Sumatera Barat. Makanan ini sudah ada sejak ratusan tahun lalu dan telah mengakar di masyarakat luas. Makanan rendang ini lebih mengandalkan bahan baku bekicot sungai yang berfungsi. Hal ini dikarenakan jenis bekicot undian yang cukup bagus dan hidup di bantaran sungai serta banyak mengandung nutrisi dan protein yang tinggi. Rendang siput merupakan menu pokok yang wajib ada pada acara-acara adat di Inderapura seperti pesta pernikahan dan perlengkapan adat lainnya.

Randang lokan Ega tersebut beralamat di Kabupaten Pesisir Selatan IV jurai Sumatera Barat, yang mana rendang lokan merek Rendang Ega ini menyediakan berbagai merek salah satunya adalah rendang lokan yang mana dalam proses pembelian harus melihat kisaran berat yang akan dibeli misalnya sekitar berat 250 gr dan berat 500 gr, rendang lokan merek Rendang Ega ini memiliki satu rasa yaitu rasa yang original dimana rasa tersebut tidak terlalu manis ada pedas - pedasnya.



Gambar 1.2 Data Statistik Penjualan



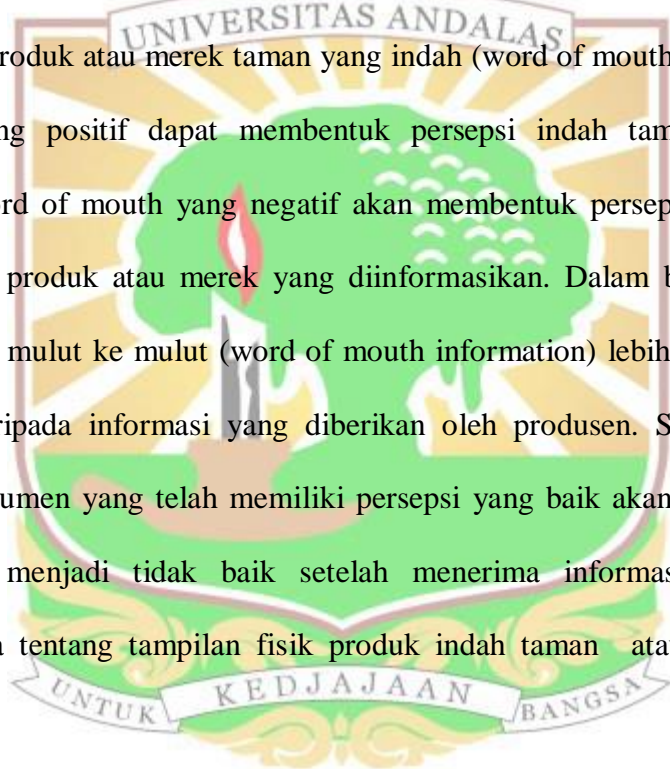
Berdasarkan gambar 1.2 data statistik di atas menjelaskan bahwa penjualan rendang lokan merek Ega ini selalu memiliki siklus naik turun. Pembelian yang naik atau sering melakukan pembelian yaitu pada masa pandemi corona (covid 19) yang terjadi pada tahun 2019 dan 2020, oleh karena itu masyarakat sering melakukan pembelian secara online dan itu beulang hingga tercipta suatu loyalitas terhadap makanan tersebut. Pada tahun 2021 terjadi penurunan dimana pada saat itu pihak pemerintah sudah memperbolehkan untuk beraktifitas seperti biasa dan untuk meningkatkan kembali penjualan mereka melakukan promosi ke beberapa daerah yang bertujuan untuk meningkatkan kembali penjualan dan kembali terjadi peningkatan pada tahun 2022.

Persepsi terhadap produk atau merek tidaklah semata - mata berasal dari pengalaman langsung konsumen.

Persepsi tersebut bisa muncul sebagai akibat

dari adanya komunikasi dengan orang-orang di sekitarnya. Dengan kata lain,

informasi atau pengalaman orang lain dapat membentuk persepsi konsumen terhadap suatu produk atau merek. Apakah persepsi yang muncul adalah persepsi yang positif atau negatif sangat tergantung pada informasi yang dia terima. Jika seseorang mempunyai pengalaman yang memuaskan dalam mengkonsumsi suatu Produk/merek tertentu, dia akan memberikan informasi positif tentang produk/merek tersebut kepada orang lain (positive word of mouth). Sebaliknya, orang-orang ini akan memberikan informasi negatif jika mereka tidak puas dengan produk atau merek taman yang indah (word of mouth negatif). Word of mouth yang positif dapat membentuk persepsi indah taman yang baik, sedangkan word of mouth yang negatif akan membentuk persepsi yang kurang baik terhadap produk atau merek yang diinformasikan. Dalam beberapa kasus, informasi dari mulut ke mulut (word of mouth information) lebih dipercaya oleh konsumen daripada informasi yang diberikan oleh produsen. Sehingga sangat mungkin konsumen yang telah memiliki persepsi yang baik akan menjadi netral atau bahkan menjadi tidak baik setelah menerima informasi negatif dari lingkungannya tentang tampilan fisik produk indah taman atau merek. Ishak (2005)



Tinggi rendahnya penjualan suatu merek atau produk, salah satunya adalah tergantung pada apakah barang atau produk tersebut diminati atau tidak oleh konsumen yang memiliki persepsi manfaat dan nilai atas produk tersebut. Karena persepsi manfaat dan nilai itulah yang dapat menimbulkan niat beli. Josephine (2006)

Kualitas produk merupakan pertimbangan yang penting dalam pembelian suatu produk. Hal ini dikarenakan konsumen tertarik untuk melakukan pembelian pada makanan yang mempunyai kualitas baik. Kualitas produk yang baik yang dimiliki oleh makanan tersebut dapat menciptakan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap rasa, dan dengan sendirinya konsumen akan melakukan keputusan pembelian untuk rendang lokan merek Ega tersebut. Kaunggulan produk dapat dilihat dari baik atau tidaknya kualitas yang diberikan produk tersebut sehingga konsumen dapat melakukan penilaian sendiri yang akhirnya akan memilih dan memutuskan untuk membelinya atau tidak.

Citra merek memiliki peran sangat penting dalam pengembangan merek karena citra merek mewakili merek emosional pelanggan dari perusahaan atau produk tertentu dan memiliki dampak kuat pada perilaku pembelian konsumen. Idris (2018). Merek agama adalah tingkat di mana individu merasakan makna merek setara dengan makna keagamaan dalam kehidupan. Sarkar (2017). Oleh karena itu, religiusitas merek memiliki nilai tinggi dalam kaitannya dengan suatu produk. Selain itu ada juga nilai-nilai rasional dan emosional yang ditawarkan oleh merek, sehingga merek agama menjadi posisi utama bagi konsumen. Fitriani dan Husmimi (2017)

Kepuasan pelanggan merupakan suatu penyebab utama timbulnya loyalitas merek, yang artinya bahwa loyalitas timbul karena adanya kepuasan terhadap merek produk dan jasa tertentu. Jika konsumen puas dengan performance suatu merek maka akan membeli terus merek tersebut, serta memberitahukan pada orang lain akan kelebihan merek tersebut berdasarkan

pengalaman konsumen dalam memakai merek tersebut. Jika konsumen puas suatu produk tersebut maka dapat dikatakan tingkat loyalitas merek itu tinggi, sebaliknya jika konsumen tidak terlalu puas akan suatu merek tertentu dan cenderung untuk membeli produk dengan merek yang berbeda-beda maka tingkat loyalitas merek rendah. Kepuasan konsumen perlu dipelihara dan ditingkatkan agar dapat menciptakan dan mempertahankan loyalitas terhadap merek. Bila konsumen memperoleh kepuasan dari pembeliannya akan suatu produk maka akan menciptakan sikap positif terhadap merek tersebut sehingga konsumen akan melakukan pembelian. Triyonawati (2015)

Loyalitas konsumen diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan yang terjadi, konsumen yang loyal adalah konsumen yang sangat puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan. Kepuasan dan loyalitas menjadi penting jika konsumen tidak ingin berpindah kepada merek lain. Oleh karena itu, mempertahankan langganannya yang loyal adalah penting dari pada menarik konsumen baru menurut Aaker (2003), kesetiaan konsumen akan timbul bila ada kepercayaan dari konsumen itu sendiri terhadap merek produk sehingga ada komunikasi dan interaksi antara konsumennya yaitu dengan yang membicarakan produk tersebut. Menurut Aaker (2003) kebiasaan menggunakan suatu produk dalam meliputi proses pengambilan kesukaan dan keputusan. Sedangkan menurut Basu (2002) bahwa kepuasan merupakan suatu dorongan keinginan konsumen itu sendiri guna diarahkan pada tujuan untuk memperoleh konsumen.

Hal ini membuktikan bahwa merek yang terkenal bukan jaminan bagi konsumen tetap loyal kepada suatu produk. Banyak faktor yang menjadi penyebab loyalitas konsumen, diantaranya adalah dengan kepuasan menggunakan produk. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Rendang Lokan “Rendang Ega” di Kabupaten Pesisir Selatan (Survey Pada Konsumen di Kabupaten Pesisir Selatan)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dalam pembelian makanan rendang lokan merek rendang ega tersebut ?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan dalam pembelian makanan rendang lokan merek rendang ega tersebut ?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian makanan rendang lokan merek ega tersebut ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah seagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dalam pembelian makanan rendang lokan merek rendang ega
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan dalam pembelian makanan rendang lokan merek rendang ega

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian makanan rendang lokan merek rendang ega

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran secara nyata oleh peneliti, karena dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat sejak bangku kuliah
- b. Untuk penelitian selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan dukungan/dilapangan terhadap teori - teori pengaruh kualitas produk, citra merek, kepuasan terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian makanan rendang lokan merek rendang ega baik secara langsung maupun tidak langsung.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam perencanaan dan evaluasi strategi pemasaran guna dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap pembelian makanan rendang lokan merek rendang ega.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka pembahasan selanjutnya dalam penelitian ini hanya akan terbatas pada Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Makanan Rendang Lokan Merek Rendang Ega tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Terdiri dari landasan teori, penelitian yang relevan, kerangka konseptual, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Terdiri dari hasil dan pembahasan mengenai analisis data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden serta analisis data untuk membuktikan hipotesis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Terdiri dari kesimpulan, implikasi penelitian, saran penelitian

