

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap pengusaha wajib memperoleh pemahaman mendalam mengenai karakteristik konsumen di pasar sasaran guna meraih dominasi dalam arena persaingan. Dalam meraih keberhasilan di tengah persaingan ketat, setiap individu yang terlibat dalam ranah bisnis wajib menunjukkan tingkat responsivitas yang optimal terhadap kualitas produk atau layanan yang mereka tampilkan.. Kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian, menjadi hal yang sangat signifikan, penilaian terhadap kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil yang memenuhi dan menarik minat beli konsumen, sejalan dengan harapan pelanggan. Saat intensitas persaingan meningkat dan ketidakpastian menghantui, para pelaku bisnis terdorong untuk mencapai keunggulan sebagai strategi dalam menghadapi tantangan persaingan. Tindakan ini bertujuan agar para pelaku bisnis mampu memenangkan pertarungan kompetitif. Dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif, pengusaha perlu memiliki keahlian untuk menerapkan harga dan mutu yang sesuai dan optimal untuk semua produk dan layanan yang mereka tawarkan, dengan cermat dan efektif terkait strategi.

Kualitas minat beli yang dimaksud dalam hal ini adalah seseorang yang memberikan perhatian terhadap individu lain disitulah bakal ada daya tarik dari seseorang, usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha Umkm Citra Sari selaku usaha

yang berjualan berbagai macam oleh-oleh di Kota Tanjung Pinang juga perlu untuk menarik minat beli konsumen terhadap oleh-oleh yang di jual di toko Citra Sari yaitu dengan cara melakukan cara ataupun trik promosi, yang mana usaha Umkm Citra Sari ini dikenal sebagai tempat berjualan oleh-oleh dari Kota Tanjungpinang. Citra Sari ini pun mempunyai makanan khas dari toko mereka sendiri yaitu epok-epok yang juga banyak disukai masyarakat Kota TanjungPinang.

Prestasi pelayanan yang optimal di lingkungan korporat senantiasa menjadi sumber kepuasan bagi seluruh pelanggan, terutama bagi pemilik usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Citra Sari di Kota Tanjung Pinang. Pemilik UMKM Citra Sari tersebut dengan tegas menitikberatkan pada mutu pelayanan, di mana setiap transaksi dilayani sesuai dengan prinsip-prinsip 3 S, sementara pendekatan yang dilakukan terhadap pelanggan dibuat semudah mungkin. Hasilnya, kenyamanan pelanggan menjadi prioritas yang terwujud melalui upaya pendekatan yang cermat.

Seorang pengusaha tidak hanya ditugaskan untuk menangani kebutuhan sesama saat ini, Namun demikian, diinginkan pula bahwa individu tersebut memperlihatkan kecakapan dalam menanggulangi tantangan yang muncul atau memenuhi kebutuhan yang mungkin timbul pada masa mendatang. Sebagai gantinya, dibutuhkan tenaga kerja berkualitas tinggi guna mengadministrasi perusahaan dengan puncak efisiensi, dengan mempertimbangkan berbagai solusi sebelum permasalahan atau kebutuhan muncul.

Harga yang dipatok oleh pemilik usaha Umkm Citra Sari ini terbilang masih ramah dikantong dibandingkan dengan penjual-penjual yang lain, walaupun harga

pasar di Citra Sari ini lebih murah, tetapi pemilik usaha Umkm Citra Sari ini masih mementingkan kualitas bahan yang digunakan demi untuk menjaga pelanggan agar pelanggan tidak ragu untuk membeli kembali makanan yang ada di Citra Sari.

Umumnya variasi harga suatu produk juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, konsumen pada umumnya tertarik untuk membeli produk yang menawarkan nilai terbaik dengan harga terjangkau dan kualitas premium. Produsen harus tetap bisa menjaga kualitas minat, kualitas pelayanan dan harga untuk tetap bisa mempertahankan keputusan pembelian para konsumen, dan produsen juga harus tetap menjaga kestabilan produk.

Dalam menghadapi tantangan ketat di dunia persaingan bisnis, strategi pemasaran memegang peranan sentral. Setiap entitas usaha yang menghasilkan produk atau jasa perlu mengimplementasikan kebijakan harga. Harga, sebagai jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang, sangat penting dalam menentukan daya tarik suatu produk di pandangan konsumen. Apabila harga yang diterapkan terlalu tinggi, persepsi konsumen terhadap nilai produk dapat menurun seiring dengan perbandingan dengan biaya yang ditetapkan. Dalam situasi ini, peluang pemasaran mungkin terancam dan dapat menghilang. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang matang harus mempertimbangkan dengan cermat penentuan harga guna memastikan keseimbangan yang optimal antara daya tarik produk dan keberlanjutan usaha (Halim & Iskandar, 2019).

Penelitian kecil yang dilaksanakan terhadap mutu ketertarikan pembelian, layanan, dan nilai terhadap ketetapan beli pada Umkm Citra Sari di Kota

TanjungPinang. Saya mewawancarai langsung pemilik usaha Umkm Citra Sari ini beliau mengatakan bahwa kualitas minat beli, pelayanan dan harga sangat penting dan saya perhatikan mengingat persaingan yang begitu erat, dan juga pengusaha Umkm Citra Sari ini mengatakan kepada para pekerjanya agar tetap memperhatikan kualitas produk hal ini dilakukan guna untuk bisa mempertahankan kualitas minat beli dan juga keputusan pembelian. Serta memberikan pelayanan yang membuat konsumen nyaman.

Dari wawancara yang saya lakukan bahwa pemilik usaha umkm Citra Sari ini sangat mengutamakan kualitas produk, beliau pernah mencoba menggunakan bahan utama dengan bahan lain dikarenakan stok bahan utamanya pada saat itu sedang kosong bahwa beliau mendapatkan komentar dari konsumen yang mengatakan bahwa rasanya berbeda dari biasanya yang hal itu sangat mempengaruhi kualitas minat beli dan keputusan pembelian.

Dari wawancara yang saya lakukan pemilik usaha tersebut mengatakan selalu memperhatikan bahan utama makanan yang di jual di Citra Sari ini dan membuat kemasan jauh lebih menarik yang dulu kemasannya masih biasanya saja sekarang kemasannya jauh lebih enak dipandang dan memiliki brand Citra Sari yang bikin para pelanggan mudah untuk mengingatnya jika ingin membeli kembali. Pengusaha Umkm Citra Sari sangat mengembangkan usahanya dan menarik banyak pelanggan dengan tetap memperhatikan kualitas minat beli, pelayanan dan harga.

Usaha Umkm Citra Sari merupakan sebuah usaha industry ruko yang beralamat di Jalan Delima No 78 di Kota TanjungPinang. Usaha Umkm Citra Sari ini menjual berbagai macam makanan khas dari Citra Sari itu sendiri salah satunya

epok-epok yang bisa selalu dijadikan oleh-oleh pada masyarakat Kota TanjungPinang.

Umumnya, setiap usaha dilakukan dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam konteks ini, strategi pemasaran diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut, yang melibatkan peningkatan kualitas minat beli terhadap pelayanan dan harga, guna memengaruhi keputusan pembelian UMKM Citra Sari di Kota TanjungPinang, dikarenakan usaha Umkm di Kota TanjungPinang memiliki saingan yang sangat banyak. Untuk itu pengusaha Umkm Citra Sari ini butuh meningkatkan kualitas minat beli, pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian, guna bisa bersaing dengan pengusaha umkm yang ada di Kota TanjungPinang yang makin hari makin bertambah. Untuk itu umkm Citra Sari ini butuh meningkatkan kualitas minat beli pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian, untuk menghadapi pesaing pengusaha Umkm lainnya yang ada di Kota TanjungPinang.

Berdasarkan konteks permasalahan yang ada, peneliti merasa tertarik untuk menjalankan studi dengan judul **Pengaruh Kualitas Minat Beli, Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Citra Sari Di Kota TanjungPinang**

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan merujuk pada konteks pernyataan di atas, identifikasi permasalahan yang muncul dapat dijabarkan, berikut:

1. Pemilik usaha belum memperhatikan kualitas minat beli
2. Pemilik usaha belum memperhatikan pelayanan pembelian

3. Pemilik usaha belum memperhatikan harga
4. Pemilik usaha belum memperhatikan keputusan pembelian terhadap penjualan

1.3 Rumusan Masalah

Dari pemaparan konteks dan pendahuluan permasalahan di atas, muncul suatu konstruksi pernyataan permasalahan yang terdiri dari:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas minat beli terhadap keputusan pembelian pada Umkm Citra Sari?
2. Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Umkm Citra Sari?
3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Umkm Citra Sari?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas minat beli, pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Umkm Citra Sari?

1.4 Batasan Masalah

Dengan merujuk pada konteks sebelumnya, dapat diidentifikasi pembatasan permasalahan dalam konteks penelitian ini:

Penelitian ini dilakukan di Kota TanjungPinang, penelitian ini lebih difokuskan pada pembahasan aspek pengaruh kualitas minat beli pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Umkm Citra Sari.

1.5 Tujuan Penelitian

Menanggapi persoalan yang sudah dijelaskan, target yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas minat beli terhadap keputusan pembelian pada Umkm Citra Sari
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Umkm Citra Sari
3. Untuk mengetahui pengaruh keputusan harga terhadap keputusan pembelian pada Umkm Citra Sari
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas minat beli, pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Umkm Citra Sari

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat memberikan pengetahuan dan informasi bagi para pembacanya, Data yang terperinci yang diungkapkan dalam riset ini dapat berfungsi sebagai panduan yang berharga untuk penelitian mendatang, terutama dalam konteks penelitian yang menyoroti dampak kualitas minat beli, pelayanan, dan harga terhadap keputusan akuisisi produk.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Akademik

Sebagai pengetahuan tambahan bagi mahasiswa dan sebagai referensi, diselidiki dampak kualitas pelayanan, minat beli, dan harga terhadap keputusan penjualan kerupuk atom di Kecamatan Moro, dengan harapan dapat memperluas pemahaman tentang isu tersebut.

2. Bagi Pengusahan

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi dasar pertimbangan untuk melaksanakan penilaian baru dalam usaha mengelola produksi kerupuk ikan tenggiri di masa mendatang.

3. Bagi peneliti

Harapannya, melalui penelitian ini, teori studi kelayakan usaha yang diperoleh selama masa kuliah dapat diterapkan dengan baik. Dengan ini diharapkan, studi ini akan memperbaiki pemahaman dan kemampuan peneliti dalam mengaplikasikannya.

1.7 Sistematika Penelitian

Adapun sistematika studi dalam penyusunan naskah terdiri dari 5 (lima) bagian penting yang akan dirincikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Deskripsi menjadi konteks, pengenalan permasalahan, perumusan isu, pembatasan isu, tujuan penelitian, nilai dari penelitian, dan struktur penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Uraian merupakan teori serta konsep dari penelitian yang bisa dijadikan sebagai kajian pustaka dalam penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan objek atau cakupan studi, pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, dan pendekatan analisis yang diterapkan dalam penyelidikan dan bahasan bab ini

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan pemahaman tentang analisis data, pembahasan, dan jawaban terhadap rumusan masalah yang ada pada bahasan bab ini.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian akhir dari penelitian membicarakan tentang simpulan dan rekomendasi, menjadi fokus utama pada penutupan telaah ini.

