

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan di bidang industri, jasa dan dagang sangat berperan penting dalam dunia perekonomian. Dimana perekonomian dapat memberikan perubahan – perubahan yang berarti bagi kehidupan masyarakat. Perubahan kondisi perekonomian Indonesia mengakibatkan terjadinya juga peningkatan bisnis ritel atau eceran. Hal ini ditandai dengan banyaknya bisnis ritel modern dan tradisional salah satunya UMKM yang bermunculan di hampir setiap wilayah .

Sejalan dengan pertumbuhan, maka para pelaku usaha dituntut untuk mengelola usahanya lebih profesional dan efisien dalam menghadapi persaingan. Dengan adanya persaingan yang ada, terutama persaingan yang berasal dari pasar sejenis, membuat pelaku usaha semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, sehingga pelaku usaha perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2012). UMKM memiliki beberapa sektor di antaranya aktivitas badan internasional dan badan ekstra internasional, aktivitas rumah tangga sebagai

pemberi kerja; aktivitas yang menghasilkan barang dan jasa oleh rumah tangga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sendiri, aktivitas jasa lainnya, kesenian, hiburan, rekreasi, aktivitas kesehatan manusia, aktivitas sosial, pendidikan, administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib, aktivitas penyewaan dan sewa guna usaha tanpa hak opsi, ketenagakerjaan, agen perjalanan dan penunjang usaha lainnya, aktivitas profesional, ilmiah dan teknis, real estat, aktivitas keuangan dan asuransi, informasi dan komunikasi, penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum, pengangkutan dan pergudangan, perdagangan besar dan eceran; reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor, konstruksi, pengelolaan air, pengelolaan air limbah, pengelolaan dan daur ulang sampah dan aktivitas remediasi, pengadaan listrik, gas, uap/air panas, udara dingin, industri pengolahan, pertambangan, penggalian, kehutanan, perikanan dan pertanian (Indonesia., n.d.).

Salah satu sektor yang sudah ada sejak lama hingga sekarang yaitu sektor pertanian atau agribisnis. Mengingat Indonesia adalah negara agraris yang mana mayoritas penduduknya adalah seorang petani, Agribisnis memiliki peranan penting untuk memenuhi permintaan bahan baku pertanian.

Menurut Soekarwati (1993) agribisnis berasal dari kata agri dan bisnis agri asalnya dari bahasa Inggris (agricultural/pertanian) bisnis berarti usaha komersial dalam dunia perdagangan. Agribisnis adalah kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran produk-produk yang ada hubungannya

dengan pertanian (dalam arti luas). Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2021) Lampung menempati urutan ke 3 sebagai penghasil jagung dan urutan ke 6 sebagai penghasil padi terbesar di Indonesia (Dzulfaroh, 2022). Hal tersebut patut menjadi perhatian untuk segenap pelaku agribisnis mengingat peran agribisnis sebagai pemenuh permintaan bahan baku pertanian guna menunjang hasil pertanian.

Salah satu usaha agribisnis yang sedang berkembang di Lampung adalah Toko Usaha Tani Maju. Toko Usaha Tani Maju berada di Desa Margorejo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan Musthofa selaku masyarakat desa Margorejo, mayoritas profesi masyarakat desa Margorejo adalah sebagai petani, baik petani padi, jagung, sayur- sayuran dan buah-buahan. Berkembangnya pertanian di desa tersebut, mendorong banyaknya kehadiran toko tani di desa tersebut diantaranya Toko Usaha Tani Maju, Dara Kembar, Toko Tani Roni dan Toko Tani Andi.

Kehadiran toko tersebut sangat memberikan kemudahan bagi masyarakat Margorejo untuk memperoleh barang-barang saprotan (sarana produksi pertanian ) seperti alat – alat pertanian, pupuk, pestisida, benih jagung, padi, sayur– sayuran, vitamin tumbuhan dan pupuk subsidi maupun nonsubsidi.

Toko Usaha Tani Maju adalah salah satu toko yang berkembang di desa tersebut. Toko Usaha Tani Maju didirikan pada tahun 2011. Menurut Ibu Sri Somariyah selaku pemilik usaha, nama Usaha Tani Maju diambil karena toko tersebut menawarkan segala kebutuhan tani. Kehadiran Toko Usaha Tani Maju merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat, dimana Toko

Usaha Tani Maju merupakan salah satu pusat perbelanjaan pertanian di Desa Margorejo.

Untuk memenangkan persaingan pasar sejenis, Toko Usaha Tani Maju telah berupaya memberikan harga yang terjangkau, pelayanan yang memuaskan dan produk dengan pilihan yang lengkap serta nilai – nilai tambah lainnya. Namun, untuk membuat calon konsumen tertarik untuk mengambil keputusan bukanlah hal yang mudah mengingat bahwa konsumen datang ke toko mempunyai tujuan yang berbeda mulai dari hanya sekedar melihat-lihat atau khusus untuk berbelanja kebutuhan mereka. Maka dari itu, penting bagi pelaku usaha menyusun strategi yang tepat untuk memikat konsumen agar melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Keller, 2015). Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Untuk terjadinya keputusan pembelian, pelaku usaha harus memperhatikan aspek dalam menawarkan harga, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk agar keputusan pembelian terjadi (Meyinta & Dharma, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Sri Somariyah selaku pemilik usaha, keputusan pembelian di Toko Usaha Tani Maju belum menunjukkan hasil yang terus meningkat. Konsumen banyak datang untuk bertanya saja

tetapi belum melakukan keputusan pembelian. Konsumen biasanya melakukan keputusan pembelian disaat- saat tertentu seperti musim kemarau dan penghujan. Kondisi ini dapat diduga bahwa beberapa konsumen Toko Usaha Tani Maju pindah ke tempat lain karena nilai harga, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berkurang di mata konsumen. Hal ini semakin memperkuat dasar melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian.

Aspek pertama adalah Harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2013) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena mempunyai atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga adalah salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran karena memperkenalkan dan menawarkan produk tidak terlepas dari suatu harga yang ditawarkan serta diberikan oleh sebuah perusahaan kepada konsumen.

Berdasarkan penelitian Adi et al (2018) harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun pada penelitian Purwantoro (2019) diperoleh hasil bahwa harga mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Berikut merupakan data perbandingan harga produk dengan merek yang sama pada toko yang berbeda :

**Tabel 1.1** Data Perbandingan Harga Produk

<b>NAMA PRODUK</b>	<b>USAHA TANI MAJU</b>	<b>RONI TANI</b>	<b>TANI ANDI</b>
Pestisida Paratop	Rp. 75.000	Rp. 78.000	Rp. 77.000
Selang Drip	Rp. 100.000	Rp. 105.000	Rp. 110.000
Padi Ciherang	Rp. 85.000	Rp. 87.500	Rp. 90.000
Bibit Jagung p27	Rp. 580.000	Rp. 585.000	Rp. 590.000
Pupuk Mutiara	Rp. 873.000	Rp. 875.000	Rp. 870.000

Berdasarkan perbandingan harga pada tabel 1.1 yang diperoleh dari observasi peneliti terhadap tiga jenis ritel yang berbeda, terlihat bahwa harga produk yang ditawarkan oleh Toko Usaha Tani Maju memiliki kecenderungan harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan harga pada toko pesaing. Strategi harga ini bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Buchari(2016) harga adalah hal yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Kotler dan Amstrong, 2001). Namun pada kenyataannya, strategi yang dilakukan oleh Toko Usaha Tani Maju dengan menjual produk dengan merk yang sama tetapi harga jualnya lebih murah belum bisa membuat konsumen selalu melakukan keputusan pembelian. Hal

ini semakin membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri Somariyah selaku pemilik usaha, konsumen banyak datang untuk menanyakan harga saja tetapi tidak melakukan keputusan pembelian. Dan berdasarkan hasil wawancara dengan “D” selaku konsumen Toko Usaha Tani Maju, harga yang di tawarkan memang lebih murah dari toko pesaing.

Aspek kedua adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh (Mauludin, 2013). Kualitas pelayanan sering dijadikan patokan konsumen agar terjadi keputusan pembelian dimana pelayanan yang diberikan dapat membuat calon konsumen tertarik untuk membelinya (Kotler dan Keller, 2012).

Konsumen dalam menentukan kualitas layanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan tersebut tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut. Pelaku usaha harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Dengan rasa puas tersebut, akan lebih mudah menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian Setiawan & Maskan (2017) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun pada penelitian Cynthia et al (2022) diperoleh hasil kualitas pelayanan mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Bagi Toko Usaha Tani Maju, pelanggan merupakan prioritas utama dalam usaha. Memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan akan memberikan dampak baik pada kepercayaan dan kenyamanan pembeli Toko Usaha Tani Maju. Hal ini yang di bangun toko untuk mendapatkan konsumen yang loyal baik konsumen lama maupun pelanggan baru.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Sri Somariyah selaku pemilik usaha, Toko Usaha Tani Maju telah berupaya memberikan pelayanan yang ramah dan cepat di bagian kasir. Namun dari hasil wawancara kepada saudara “M” seorang konsumen yang berbelanja di Toko Usaha Tani Maju, konsumen tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Usaha Tani Maju kurang maksimal. Karyawan masih kurang tanggap, cepat dan kurang mengusai. karyawan ketika di tanyai sebuah produk, justru malah menyuruh konsumen meminta bertanya kepada kasir. Pemesanan layanan antar/delivery order yang di berikan oleh Toko Usaha Tani Maju agak terlalu lama dan sedikit memakan waktu selama proses pengiriman pesanan, sehingga ia “M” selaku konsumen Toko Usaha Tani Maju harus sedikit menunggu sampai barang tiba dirumah. Tetapi ia senang berbelanja pada Toko ini karena menyediakan saprotan yang lengkap.

Aspek ketiga adalah kelengkapan produk yang ditawarkan. Kelengkapan produk merupakan tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki dan dikonsumsi oleh konsumen karena dapat memenuhi memenuhi kebutuhan tertentu dan memberikan manfaat tertentu bagi konsumen (Liardi, 2019:4). Konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk

bervariasi dan lengkap Raharjani dalam (Widodo, 2016). Dengan tersedianya banyak varian produk dari berbagai kategori dan merk tentunya akan menarik minat pelanggan dan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja.

Berdasarkan penelitian Prihantoko (2021) kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun pada penelitian Widodo (2016) diperoleh hasil kelengkapan produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Bagi sebuah UMKM seperti Toko Usaha Tani Maju, kelengkapan produk dagangan merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Semakin lengkap produk, maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri Somariyah selaku pemilik usaha, dalam memenuhi kebutuhan para petani, Toko Usaha Tani Maju telah menyediakan berbagai merk dari jenis obat – obatan pertanian, benih buah-buahan & sayur- sayuran, pupuk serta berbagai alat pendukung pertanian. Tersedinya produk yang lengkap dalam toko bertujuan untuk memudahkan petani dalam berbelanja pada satu tempat. Hal ini dibuktikan oleh peneliti saat melakukan observasi bahwa di Toko Usaha Tani Maju tersedia bermacam-macam produk mulai dari berbagai merk, variasi ukuran. Begitu juga hal yang di ungkapkan oleh “A” selaku konsumen toko Usaha Tani Maju, jika

dibandingkan dengan pesaing produk yang ditawarkan toko Usaha Tani Maju lebih lengkap.

Alasan penulis meneliti Toko Usaha Tani Maju dikarenakan Toko Usaha Tani Maju memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan pesaing yaitu harga yang murah dan produk yang lengkap. Namun berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri Somariyah selaku pemilik usaha, keputusan pembelian pada toko tersebut tidak menunjukkan hasil yang terus meningkat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya konsumen yang datang hanya bertanya dan banyak juga konsumen yang hanya datang di saat tertentu seperti musim penghujan dan kemarau. Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian ditempat tersebut, serta untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari variabel yang diteliti terhadap keputusan pembelian pada Toko Usaha Tani Maju.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu untuk dijadikan sebagai bahan referensi salah satunya adalah penelitian dari Sejati (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks”. Sehingga dalam penelitian ini menjadi penelitian yang memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya memiliki perbedaan pada variabel independen yang digunakan tempat penelitiannya, serta teori yang digunakan.

Berdasarkan latar belakang masalah ditemukan adanya fenomena, kesenjangan serta inkonsistensi dari hasil penelitian terdahulu. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH HARGA,

KUALITAS PELAYANAN DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” (STUDI KASUS KONSUMEN TOKO USAHA TANI MAJU MARGOREJO).

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena yang ada pada latar belakang permasalahan, dapat dirumuskan suatu perumusan masalah yakni:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Usaha Tani Maju Margorejo ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Usaha Tani Maju Margorejo?
3. Apakah Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Usaha Tani Maju Margorejo?
4. Apakah Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Usaha Tani Maju Margorejo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Usaha Tani Maju Margorejo.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Usaha Tani Maju Margorejo.

3. Untuk menganalisis kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Usaha Tani Maju Margorejo.
4. Untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Usaha Tani Maju Margorejo.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, berdasarkan:

##### 1) Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah keragaman ilmu ekonomi khususnya bagi konsentrasi manajemen pemasaran tentang perilaku konsumen, yang secara lebih khususnya faktor – faktor yang menjadi penentu dalam keputusan pembelian.

##### 2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi kepada UMKM tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga dapat dijadikan bahan dalam meningkatkan UMKM.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Penyusunan penelitian ini akan disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi uraian dengan penjelasan yang bersifat umum, yaitu mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini menjelaskan uraian yang terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, hipotesis dan kerangka pemikiran

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini terdiri dari penejelasan mengenai jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel dan metode analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan hasil pengujian data dan pembahasanya.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan penutup dari hasil keseluruhan penelitian dimana hasil mengenai kesimpulan keseluruhan penelitian serta saran saran yang diberikan.