

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang berperan besar dalam menganekaragamkan produk-produk ekspor Indonesia dan menjadi andalan dalam perolehan devisa. Dalam sejarahnya, sepanjang pemerintahan orde baru, UMKM sangat dikesampingkan keberadaannya. Berbeda dengan usaha besar yang selalu diberikan keleluasaan dalam berbagai hal. Namun UMKM justru dapat bertahan dalam menghadapi kebijakan-kebijakan tersebut. UMKM sangatlah penting keberadaannya di Indonesia karena selain dapat menambah pendapatan UMKM juga dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Selain itu, melihat kenyataan bahwa sebagian besar dari jumlah UMKM di Indonesia terdapat di pedesaan, kelompok usaha tersebut sangat diharapkan sebagai motor utama penggerak pembangunan dan pertumbuhan ekonomi pedesaan, yang berarti juga mengurangi kesenjangan pembangunan antara perkotaan dan pedesaan.

Semua keberhasilan yang telah dicapai memiliki titik kelemahan yang harus segera diselesaikan untuk dicarikan solusi yang terbaik. Kelemahan yang dihadapi oleh para pengusaha UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain; kurangnya permodalan baik jumlah

maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran. Disamping hal-hal terdapat juga persaingan yang kurang sehat dan desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas. Kekawatiran ini dilandasi bahwa Indonesia akan menghadapi MEA dan pasar bebas. Ketika itu terlaksana tuntutananya adalah UMKM harus mampu bersaing.

Pada Tahun 2014-2016 jumlah UMKM lebih dari 57.900.000 unit dan pada tahun 2017 jumlah UMKM diperkirakan berkembang sampai lebih dari 59.000.000 unit. Dan pada Tahun 2016, Presiden RI menyatakan UMKM yang memiliki daya tahan tinggi akan mampu untuk menopang perekonomian negara, bahkan saat terjadi krisis global. Pada November 2016 Presiden Joko Widodo (Jokowi) menerima para pelaku UMKM di Istana Merdeka untuk dimintai pendapatnya. Jokowi sangat berharap pelaku UMKM menjadi garda terdepan dalam membangun ekonomi rakyat. UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Oleh karena itu, kerjasama untuk pengembangan dan ketahanan UMKM perlu diutamakan.

Industri pangan rumah tangga merupakan industri yang memiliki tempat produksi di dalam rumah tinggal dengan peralatan pengolahan pangan manual hingga semi otomatis. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan oleh produsen

industri rumah tangga ialah mengenai sanitasi dan keamanan pangannya. Keduanya merupakan hal yang berdampak guna membuat produk benar-benar aman dan layak dikonsumsi oleh konsumen. Jenis industri rumah tangga yang sering dijumpai adalah produksi jajanan atau makanan ringan. Salah produk makanan ringan yang sangat digemari adalah brownies. Brownies merupakan perpaduan antara kue kering dan cake, dan memiliki tekstur yang padat serta basah. Hal ini menyebabkan aspek sanitasi dan keamanan sangat penting dan perlu diperhatikan dalam proses pembuatan brownies. Proses sanitasi dan keamanan dalam industri brownies bukan hanya terletak pada proses pembuatannya saja, melainkan juga lingkungan sekitar pembuatan produk tersebut, dari sanitasi pekerja, sanitasi mesin dan peralatan, sanitasi ruang produksi hingga sanitasi gudang penyimpanan bahan baku.

Adapun Salah satu industri rumah tangga yang memproduksi brownies adalah UMKM Njajanin.Ajakuy. UMKM Njajanin.Ajakuy merupakan salah satu cabang usaha dari UMKM Njajanin.Ajakuy Gempol. UMKM ini telah menjalankan usahanya selama 2 tahun sejak tahun 2020. UMKM Njajanin.Ajakuy merupakan salah satu usaha rumah tangga di Kota Gempol yang bergerak dalam bidang tata boga khususnya dalam usaha pembuatan brownies. Adapun kapasitas produksi perhari perharinya yaitu 50 loyang dengan jangkauan pasar seluruh Kota Gempol. Dengan kondisi tersebut, maka penting untuk dilakukan pembinaan terhadap aspek keamanan pangannya. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian kesesuaian proses produksi dan sanitasi yang dilakukan

UMKM Njajanin.Ajakuy terhadap ketentuan pemerintah dalam menghadirkan produk pangan yang aman bagi konsumen Brownies sebagai produk andalan di UMKM Njajanin.Ajakuy dan sifat produknya yang semi basah membutuhkan penanganan yang terjamin keamanannya. Penelitian bertujuan untuk mengevaluasi proses produksi brownis dan sistem sanitasi pangan yang diterapkan oleh UMKM Njajanin.Ajakuy. Evaluasi tersebut dapat dijadikan informasi dan saran bagi UMKM untuk perbaikan sistem sanitasi dan keamanan produk yang diproduksi.

UMKM Njajanin.Ajakuy secara umum memproduksi kue kering pastry, dan brownies. Dalam hal ini, brownies menyumbang sekitar 100% dari total produksi industri ini. Pembuatan brownies dimulai dengan melelehkan cokelat dan mentega menggunakan double boiler pada suhu 40-50°C, diaduk selama 10-15 menit kemudian dimasukkan ke dalam tepung rendah gluten. Suhu pada proses pelelehan harus dijaga tidak boleh terlalu tinggi karena akan menyebabkan lemak terpisah. Adonan dimasukkan ke dalam loyang cetakan lalu ditambahkan putih telur dan gula pasir. Semua bahan diaduk sampai rata dan ditimbang sebanyak 540 gram adonan untuk setiap loyang. Adonan yang sudah ditimbang kemudian dimasukkan ke dalam oven selama 45- 50 menit dengan suhu bagian bawah oven 180°C dan suhu bagian atas oven 160°C.

UMKM Njajanin.Ajakuy berlokasi di Jl. Raya Kepulungan 1 Gempol - Pauruan. Lokasi ini dipilih karena tidak berada di pusat perkotaan yang sangat ramai. Lokasi UMKM Njajanin.Ajakuy berada cukup dalam dan jauh dari jalan

utama atau jalan raya. Hal ini juga menyebabkan tidak banyak kendaraan bermotor yang lalu lalang di sekitar pabrik, sehingga dapat mengurangi adanya kontaminasi yang disebabkan oleh pencemaran polusi udara. Selain itu, lokasi UMKM Njajanin.Ajakuy juga tidak berdekatan dengan industri logam maupun kimia lain yang dapat menjadi sumber pencemaran. Terdapat saluran air atau selokan yang berada di bawah bangunan dan ditutup oleh semen sehingga dapat mencegah kontaminasi dari limbah.

Hal ini memunculkan banyak organisasi peduli lingkungan untuk mengkritisi aktivitas yang dilakukan oleh pemasar. Sehingga saat ini konsumen mulai sadar dan terpengaruh untuk lebih memperhatikan isu lingkungan hidup jauh dari pada sebelumnya. Pemerintah juga mulai mengeluarkan peraturan yang berhubungan dengan lingkungan. Tidak terkecuali bagi usaha mikro, kecil dan menengah atau yang dikenal dengan UMKM untuk menerapkan *Green Product* pada usahanya. UMKM di Indonesia mempunyai peranan penting terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini terbukti bahwa sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi penyumbang terbanyak ke Produk Domestik Bruto (PDB). Pada UMKM Njajanin.ajakuy di Kota Gempol sudah menerapkan produk dengan ramah lingkungan atau *Green Product*. Dengan menggunakan kemasan kraft paper cup dilengkapi *wax paper* dan *disposable gourd shape bamboo fork*. Dimana para konsumen sudah sadar akan berpengaruhnya mengurangi sampah plastic dengan diganti produk ramah lingkungan yang diterapkan pada UMKM Njajanin.ajakuy di kota Gempol.

Brownies merupakan kue khas Amerika yang pertama kali di kenal pada tahun 1897. Seorang koki di Amerika yang sedang membuat cake coklat lupa memasukkan Baking Powder sehingga terciptalah cake bantat yang tidak mengembang namun lezat rasanya, kegagalan membuat cake coklat ini justru menciptakan jenis cake baru yang menjadi terkenal hingga sekarang. Resep Brownies pertama diterbitkan tahun 1897 dalam Sears, Roebuck catalogue.

Nama brownies sendiri diambil karena dominannya warna coklat pekat (brown) dari cake tersebut, ditambah lagi karena bahan bakunya juga terdiri dari aneka coklat seperti dark chocolate, coklat pasta & coklat bubuk. Dalam perkembangannya banyak sekali brownies dengan aneka kreasi dan rasa yang variatif, penampilannyapun lebih cantik dan mengundang selera walaupun tidak meninggalkan ciri khas asli brownies yang kaya akan rasa coklatnya, baik dengan menambah topping diatasnya seperti krim keju, Chocolate ganache, marshmallow, chocolate chip atau taburan aneka jenis kacang-kacangan. Pada UMKM Njajanin.Ajakuy juga terdapat berbagai macam topping dan variant rasanya serta harganya, diantaranya :

NO.	Variant	Topping	Harga
1	Chocolate	Choco Crunh	Rp. 25.000
2	Tiramisu	Cheese	Rp. 25.000
3	Green Tea	Oreo	Rp. 25.000

Di Indonesia sendiri yang pertama kali populer adalah Brownies panggang yang dimasak dengan oven sesuai resep aslinya, namun beberapa tahun terakhir muncul jenis Brownies baru yang sangat populer yaitu Brownies kukus dengan tekstur yang lebih lembut. Mereka yang kreatif telah menciptakan aneka rasa Brownies kukus, mulai dari warnanya yang tidak hanya coklat tetapi hijau dan kekuning-kuningan maupun bentuk yang tidak hanya kotak tetapi seperti cake roll. Perkembangannya tentu semakin memanjakan penggemar dan penikmat Brownies, semakin menggugah selera untuk mencoba dan menikmati aneka rasa variasinya.

Minat Beli menjadi salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku. Minat beli diartikan sebagai sikap senang terhadap objek yang membuat seseorang berusaha untuk mendapatkannya dengan cara membayar atau pengorbanan lainnya. Selain itu, minat membeli juga diartikan sebagai rencana untuk membeli sebuah produk dalam waktu tertentu. Diantara faktor yang menjadi pertimbangan minat beli ulang konsumen adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan kinerja dari fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Selain itu, terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat salah satunya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi erat. Dengan demikian jika kinerja suatu produk atau jasa

berjalan baik dan mampu diterima dengan baik pula oleh konsumen, minat beli ulang pada suatu produk tertentu akan terjadi.

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu produk, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan, maka cara terbaik untuk mempengaruhi adalah mempelajari apa yang difikirkannya, dengan demikian akan didapatkan tidak hanya sekedar informasi tentu lebih bagaimana proses informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya. Hal ini yang dinamakan "*The Buying Process*" (proses pembelian).

Untuk mengetahui perihal minat beli pada konsumen UMKM Njajanin.ajakuy di Kota Gempol ini dapat disimpulkan dari segi kebutuhan yang mana para konsumen memnuhi kebutuhan yang muncul pada saat itu dan memotivasi untuk melakukan pembelian. Kemudian untuk kebutuhan tentu saja belum cukup untuk meyakinkan terjadinya pembelian produk dikarenakan mengenali kebutuhan itu sendiri dapat menetapkan suatu produk untuk memenuhinya. Lalu dilakukan dengan pencarian yaitu merupakan bagian yang dibutuhkan sebelum pembelian produk untuk memenuhi kebutuhan. Ada juga sistem evaluasi yang mana suatu proses untuk mempelajari semua yang akan didapat selama proses pencarian dan mengembangkan beberapa pilihan produk yang di butuhkan. Lalu untuk keputusan yaitu langkah terakhir dari suatu proses

pembelian pembelian produk untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang di terima pada sosial media UMKM Njajanin.ajakuy di Kota Gempol.

Keputusan pembelian adalah setiap orang yang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan dilakukan oleh produk atau bersangkutan ketika akan digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan. Keputusan pembelian adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin memecahkan persoalan dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran yang menentukan keuntungan, kerugian masing-masing. Berdasarkan kedua definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah pilihan konsumen, mengidentifikasi produk, memutuskan membeli produk yang akan digunakan dan tidak mencemari lingkungan baik proses produksi maupun proses pemasarannya, dan dampak setelah membelinya.

Keputusan pembelian di UMKM Njajanin.ajakuy di Kota Gempol ini dapat disimpulkan oleh konsumen dari segi pilihan produk, konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk dengan mempertimbangkan produk yang akan dibeli. Selanjutnya untuk pemilihan merk konsumen sendiri yang harus mengambil keputusan tentang merek yang akan dibeli karena pada setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Kemudian untuk pilihan penyalur para konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur yang mana akan dikunjungi, yang mana setiap konsumen berbeda-beda dalam menentukan penyalur. Contohnya dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor

lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan produk yang dibutuhkan, kenyamanan dalam proses belanja yang diterapkan kepada pemilik untuk para konsumennya dan keluasan tempat. Berikutnya dalam hal waktu pembelian setiap konsumen memiliki keputusan dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya. Untuk jumlah pembelian diharapkan para konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada saat akan membeli produk.

Dalam hal ini pemilik UMKM Njajanin.ajakuy di Kota Gempol harus mempersiapkan banyaknya produk yang tersedia dan sesuai dengan keinginan para konsumen yang berbeda-beda. Berikutnya untuk metode pembayaran sendiri konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan pada suatu produk. Pada saat ini keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh aspek lingkungan, namun keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh teknologi yang akan dilakukan dalam transaksi pembelian.

Dari hasil pemaparan menurut para ahli dan fenomena pada latar belakang di atas maka, penulis membuat penelitian yang berhubungan pada UMKM yaitu yang berjudul pengaruh *Green Product* dan persepsi harga terhadap minat beli dan keputusan pembelian Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy di Kota Gempol.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari pendahuluan yang sudah diuraikan di atas, maka dapat di tarik rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Green Product* terhadap minat beli pada Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy?
2. Apakah terdapat pengaruh Persepsi Harga terhadap minat beli pada Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy?
3. Apakah terdapat pengaruh *Green Product* terhadap keputusan pembelian pada Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy?
5. Apakah terdapat pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian pada Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat tercapainya beberapa tujuan berikut ini.

1. Untuk mengetahui pengaruh *Green Product* terhadap Minat Beli pada Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli pada Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian pada Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy.
4. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy.
5. Untuk mengetahui pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian pada Brownies Mini Bite pada UMKM Njajanin.Ajakuy.

## **1.5 Manfaat**

Adapun penelitian ini merupakan bagian dari salah satu Tri Dharma dalam perguruan tinggi, untuk itu peneliti berharap mampu memberikan kontribusi yang positif bagi mahasiswa, pihak fakultas dan instansi terkait dalam penelitian ini. Beberapa manfaat dari penelitian ini berupa :

a. Bagi penulis

Dapat memperdalam pengetahuan dan wawasan berpikir peneliti khususnya mengenai pengaruh *Green Product*, persepsi harga terhadap keputusan pembelian dan minat beli. Lewat implikasi ilmu yang telah didapatkan selama menempuh pendidikan perkuliahan.

b. Bagi institusi pendidikan

Diharapkan hasil penelitian ini menjadikan bahan pertimbangan atau bahan pendukung keputusan untuk permasalahan yang di hadapi terutama mengenai

pengaruh *Green Product* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk dan minat beli konsumen.

c. Bagi pengelola usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau bahan pendukung keputusan untuk permasalahan yang dihadapi terutama untuk memperhatikan *Green Product* dan persepsi harga untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan.

d. Bagi pihak lain.

Memberikan kontribusi ilmu pengetahuan khususnya pada bidang administrasi Bisnis dengan memberikan masukan masalah yang dihadapi dan dapat dijadikan sebagai bahan tambahan untuk referensi sebagai acuan mahasiswa dalam menyusun karya ilmiah yang serupa.