

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam perekonomian nasional Indonesia, sektor pertanian memiliki peranan yang penting. Pertumbuhan dan perkembangan *home industry* yang semakin pesat, menandakan bahwa majunya perekonomian di Indonesia. *Home industry* adalah kegiatan usaha rumah tangga yang mampu mengurangi pengangguran dan meningkatkan perekonomian masyarakat di sekitar lokasi tersebut.

Kabupaten Sumenep juga tidak lepas dari pesatnya pertumbuhan dan perkembangan *home industry*. UD. Amalia merupakan salah satu *home industry* yang menggunakan komoditas pertanian berupa pisang sebagai bahan baku utama pengolahan produk usahanya. Usaha tersebut mengolah pisang menjadi suatu produk berupa keripik pisang. UD. Amalia sudah menjalankan usaha tersebut mulai dari tahun 2007 sampai saat ini. Lokasi usahanya berada di jalan Raya Gapura gg. Haswari Desa Parsanga Kecamatan Kota Sumenep.

Saat ini UD. Amalia sebagai salah satu produsen keripik pisang dihadapkan dengan banyaknya usaha sejenis yang menawarkan produk keripik pisang dengan varian rasa yang beragam serta kemasan yang menarik sehingga menimbulkan persaingan usaha yang semakin ketat. Hal tersebut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Produk keripik pisang yang diproduksi UD. Amalia memiliki dua varian rasa, yaitu rasa asin dan manis. Desain kemasan yang digunakan masih kurang

menarik. Dalam menentukan harga suatu produk, pelaku usaha harus melihat kondisi pasar dan kualitas produk yang nantinya akan dijual. Harga sangat menentukan besar kecilnya keuntungan yang diperoleh produsen. Keripik pisang UD. Amalia dijual dengan harga yang cukup terjangkau, sehingga produk tersebut dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.

Kegiatan promosi yang dilakukan produsen masih minim, sehingga menyebabkan pemasaran dari produk keripik pisang kurang maksimal. Dengan adanya promosi produk yang baik, dapat meningkatkan penjualan produk keripik pisang tersebut. Pendistribusian keripik pisang dilakukan ke berbagai tempat, yaitu di toko camilan dan pasar tradisional. Dengan adanya kegiatan distribusi, akan berdampak baik terhadap produsen dan konsumen. Produsen tidak akan mengalami kerugian karena produk yang menumpuk di tempat produksi dan memudahkan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan.

Dalam kegiatan pemasaran, terdapat istilah bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran (*Marketing mix*) merupakan kumpulan variabel yang ditawarkan produsen kepada konsumen dan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk yang dihasilkan (Fariantin *et al.*, 2021). Konsep bauran pemasaran 4P yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Bauran pemasaran tersebut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Dari keputusan pembelian tersebut, penjualan produk keripik pisang akan meningkat dan keuntungan yang diperoleh produsen juga akan meningkat dari pada sebelumnya (Subari, 2019).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Keripik Pisang UD. Amalia”. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam mengembangkan usaha yang dijalankan pelaku usaha tersebut khususnya dalam kegiatan pemasaran.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran produk, harga, promosi, tempat secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang di UD. Amalia?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran produk, harga, promosi, tempat secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang di UD. Amalia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran produk, harga, promosi, tempat secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang di UD. Amalia.
2. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran produk, harga, promosi, tempat secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang di UD. Amalia.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai teori-teori yang dipelajari.

2. Bagi perusahaan, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang lebih baik lagi sehingga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen produk keripik pisang UD. Amalia.
3. Bagi pembaca, dapat dijadikan referensi untuk dikembangkan pada penelitian selanjutnya.

