

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pisang adalah salah satu komoditas hortikultura unggulan yang potensial untuk dikembangkan. Pisang menjadi buah favorit yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat dikarenakan pisang harganya terjangkau dan tergolong tanaman yang mudah tumbuh di berbagai tempat sehingga mudah untuk memperolehnya.

Pemanfaatan pisang tidak hanya dikonsumsi dalam bentuk buah segar saja dalam upaya untuk mengatasi sifatnya produk pertanian yang gampang mengalami kerusakan serta untuk memberikan tambahan nilai bagi komoditas pisang ini adalah dengan mengolah pisang menjadi produk yang lebih bernilai ekonomis. Terdapat banyak produk olahan pisang yang bisa ditemukan di pasaran. Salah satu produk olahan pisang yang telah dikenal luas di masyarakat adalah produk olahan pisang berupa keripik merupakan camilan yang hampir disukai oleh semua orang dari berbagai kalangan mulai dari kalangan muda sampai dewasa karena teksturnya yang renyah dan rasanya yang enak dan gurih. Prospek pasar yang baik didukung dengan ketersediaan bahan baku pisang yang melimpah khususnya di Kabupaten Sumenep menunjukkan bahwa usaha pengolahan pisang menjadi keripik pisang sangat potensial untuk dikembangkan.

Adanya potensi tersebut mendorong berkembangnya usaha-usaha pengolahan keripik pisang di Kabupaten Sumenep. Berbagai macam keripik pisang dengan merek yang berbeda bisa ditemukan di pasaran. Banyaknya usaha sejenis yang menawarkan produk keripik pisang menimbulkan persaingan

semakin ketat. Berbagai carapun dilakukan oleh para pelaku usaha untuk memenangkan persaingan mulai dari menghasilkan produk yang berkualitas, variasi produk yang beragam, promosi, pelayanan dan penawaran-penawaran yang menarik lainnya yang dapat menarik perhatian konsumen. Persaingan yang ketat menuntut para pelaku usaha kreatif, inovatif dan mampu memahami kebutuhan dan keinginan pasar. Strategi usaha yang tepat penting untuk diperhatikan agar usaha yang dijalankan dapat bertahan atau bahkan berkembang dan mengungguli kompetitornya.

Salah satu produsen yang menawarkan keripik pisang adalah KWT Anugrah, merupakan Kelompok Wanita Tani yang terdapat di Desa Andulang Kecamatan Gapura Sumenep yang bergerak dibidang usaha pengolahan pisang menjadi keripik pisang dengan merek keripik pisang Bu Riz. Keunggulan keripik pisang Bu Riz ini dapat dilihat dari kualitas produk yang dihasilkan karena dibuat dengan menggunakan bahan baku pisang pilihan yang berkualitas. Kualitas produk keripik pisang yang dihasilkan menjadi ciri khas yang membedakannya dengan keripik pisang lainnya dan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang ditawarkan kepada konsumen. Berdiri sejak tahun 2017 hingga kini wilayah pemasaran keripik pisang Bu Riz ini meliputi dalam dan luar Kabupaten Sumenep.

KWT Anugrah sebagai salah satu produsen keripik pisang, saat ini dihadapkan pada permasalahan persaingan usaha yang semakin ketat dan permasalahan volume penjualan produk yang berfluktuasi serta cenderung stagnan dari waktu ke waktu. Berbagai upaya dilakukan perusahaan untuk memenangkan

persaingan serta meningkatkan penjualan produknya. KWT Anugrah menawarkan keripik pisang yang berkualitas dengan dua varian rasa manis dan asin, serta kemasan yang dilengkapi label yang menarik dan kekinian. Menetapkan harga jual produk keripik pisang yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dan bersaing dengan harga produk yang sejenis. Promosi yang dilakukan secara komunikatif yang dimaksudkan untuk memberi informasi dan menarik perhatian konsumen baik melalui *personal selling* ataupun media social. Kemudian tempat penjualan yang mudah dijangkau konsumen dalam memperoleh produk keripik pisang Bu Riz. Selain itu, KWT Anugrah juga mendistribusikan produknya ke toko-toko di beberapa wilayah Kabupaten Sumenep untuk memudahkan konsumen mendapatkan produk keripik pisang Bu Riz tersebut.

Penerapan strategi pemasaran dengan mengkombinasikan unsur-unsur dalam bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan tersebut adalah untuk mendapatkan respon yang diinginkan perusahaan dari konsumen serta untuk memberikan kepuasan bagi konsumen melalui penciptaan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai sasaran inti pemasaran yang dilakukan perusahaan.

Konsumen dalam melakukan pembelian produk tentu memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri yang berbeda-beda. Konsumen akan menilai kesesuaian produk dengan kebutuhannya, konsumen akan memilih produk yang menurutnya paling disukai sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu penting bagi produsen untuk memahami perilaku konsumennya. Hal tersebut dikarenakan perilaku konsumen erat kaitannya dengan

keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Menurut Nurcahyo (dalam Kharisma, 2018) menyatakan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen didasarkan pada kesesuaian konsumen terhadap bauran pemasaran (4P) yang dilakukan suatu usaha. Pengambilan keputusan pembelian terkait bauran pemasaran menjadi faktor yang utama mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian produk.

Kotler (2009) bauran pemasaran merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang dapat dikendalikan langsung oleh perusahaan. Bauran pemasaran yang terdiri atas produk, harga, promosi, tempat dapat dijadikan alat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Unsur-unsur bauran pemasaran memberikan kecocokan yang selalu konsumen pertimbangkan ketika melakukan pembelian.

Pada dasarnya, konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk akan memperhatikan variabel-variabel bauran pemasaran yang diterapkan oleh suatu perusahaan. Pemasaran yang efektif harus dapat mengkombinasikan semua variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran yang dirancang untuk menciptakan nilai dan kepuasan bagi konsumen sebagai sasaran inti dalam sebuah pemasaran serta untuk mempengaruhi permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruhnya implementasi bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat) yang diterapkan KWT Anugrah terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang Bu Riz. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi

bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usaha agroindustry yang dijalankan khususnya dalam kegiatan pemasaran.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat) terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang Bu Riz?
2. Variabel apakah yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang Bu Riz?

### **1.3 Tujuan**

1. Mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat) terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang Bu Riz?
2. Mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang Bu Riz?

### **1.4 Manfaat**

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi :

1. Perusahaan, diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi manajemen KWT Anugrah khususnya bagian pemasaran dalam upaya meningkatkan dan mengoptimalkan penjualan produknya dengan memperhatikan unsur-unsur bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Pembaca, diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai implementasi bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Peneliti, dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai teori-teori yang dipelajari selama perkuliahan.

