

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), telah menjadi bagian penting dalam perekonomian global selama berabad-abad. Namun, dalam konteks modern, perkembangan UMKM sering kali dikaitkan dengan upaya untuk memperkuat sektor ekonomi yang lebih kecil dan lebih fleksibel sebagai lawan dari industri besar dan korporasi multinasional. Dibanyak Negara, UMKM sering dianggap sebagai tulang punggung ekonomi karena peran mereka dalam menciptakan lapangan kerja, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, dan mempromosikan inklusi sosial dan ekonomi. Perkembangan UMKM telah dipengaruhi oleh sebagai faktor termasuk kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi, dan perubahan dalam tata cara berbisnis global.

Wibowo (2021), Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Merupakan sebuah kegiatan yang mampu memperluas lapangan pekerjaan, mampu memberikan pelayanan ekonomi secara meluas kepada kepada masyarakat, mampu menjadikan proses pemerataan dan peningkatan pada pendapatan masyarakat serta mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Sri Mulyana (2021) yang menganalisis Harga dan Produk terhadap pembelian keputusan produk Keripik Cek Ella. Penelitian ini dilakukan secara

Kuantitatif dengan desain penelitian kausal dan deskriptif. Jumlah Populasinya 225 yang pernah membeli Keripik Cek Ella, Teknik Pengumpulan data dan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Keripik Cek Ella, sedangkan variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ariella (2018) Penjualan Produk keripik cek ella secara online setiap tahunnya mengalami peningkatan dan berdiri sejak tahun 2002, Penjualan produk mengalami fluktuatif sehingga peneliti perlu mengetahui tentang hal-hal apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Produk. Harga dan Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dengan cara pengumpulan data melalui kuesioner online dan offline. Objek pada penelitian ini yang digunakan adalah konsumen yang membeli produk keripik cek ella yang berdomisi di Palembang. jumlah seluruh objek penelitian yang sesuai dengan kriteria pada penelitian ini sebanyak 70 responden, Oleh karena itu menggunakan teknik sampel jenuh, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, Sedangkan Harga dan Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan objek penelitian pada konsumen.

Metta Padmalia (2016) Produk dan Harga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen, populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden, pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Hal ini menunjukkan Produk dan Harga memiliki kontribusi yang signifikan dalam menentukan keputusan pembelian Keripik Cek Ella Sukamaju Palembang.

Menurut Luki Natika Dewi Ambarwati (2020:27) Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan, ataupun dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk didalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan serta organisasi.

Menurut Tjiptono (2017:289) Harga ialah aspek yang sangat mempengaruhi pemasaran sebuah produk. Bila harga terlalu mahal maka produk tidak terjangkau untuk konsumen, dan sebaliknya jika harga terlalu murah akan sulit bagi toko untuk mendapatkan harga.

Swasta (2018) menyatakan bahwa Strategi Pemasaran rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah toko harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.

Vicky Brama Kumbara (2021:606) Menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan sikap konsumen dalam menentukan suatu pemilihan suatu produk untuk mencapai kepuasan yang diinginkan.

Keripik Cek Ella Berdiri sejak tahun 2002 dan Memulai usaha keripik tersebut dirumah, Pada akhirnya keripik mengalami peningkatan, setelah mengalami peningkatan Keripik Cek Ella Mulai pindah tempat sejak tahun 2021, Keripik Cek Ella berlokasi jalan Langgar Rt.09 Rw.06 kelurahan Sukamaju kecamatan Sako Kota Palembang. memiliki karyawan berjumlah 8 orang, diantaranya 2 untuk mengupas ubi, 3 orang bagian bungkus keripik, 2 orang menggoreng keripik dan 1 orang bagian kasir. Sedangkan Harga Keripik mulai dari Rp 5000 - Rp 100.000 Ketahanan Keripik bisa satu bulanan, sedangkan kelakuan Keripik bisa mencapai Rp 1500.000 atau lebih perharinya. Keripik Cek Ella memiliki media sosial yaitu Instagram dan WhatsApp.

Fenomena yang terjadi di Keripik Cek Ella Sukamaju Palembang saat ini Belum bisa MemPromosikan Keripik dan masih Keterbatasan karyawan, kurangnya kemampuan penggunaan Teknologi, banyaknya Pesaing serta kurangnya kemampuan untuk melakukan promosi yang akan menjadi penyebab keterhambatan dalam usaha tersebut.

Berdasarkan fenomena diatas penelitian tertarik melakukan penelitian dengan judul. **“STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERIPIK PADA UMKM CEK ELLA SUKAMAJU PALEMBANG”**. Semoga penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi masalah tetapi juga memberikan wawasan yang mendalam serta rekomendasi yang berguna untuk perbaikan kondisi membantu kemampuan pengguna

Teknologi dan keterbatasannya karyawan di Keripik Cek Ella Sukamaju Palembang.

## **1.2 Batasan Masalah**

Agar Penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan dimaksudkan, maka skripsi ini membatasi ruang lingkup penelitian dari beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan yaitu produk dan harga.

## **1.3 Rumusan Masalah**

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada keripik Cek Ella Sukamaju Palembang
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada keripik Cek Ella Sukamaju Palembang
3. Apakah produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada keripik Cek Ella Sukamaju Palembang

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Keripik Cek Ella Sukamaju Palembang.
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Keripik Cek Ella Sukamaju Palembang.
3. Untuk mengetahui produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Keripik Cek Ella Sukamaju Palembang.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi toko keripik Cek Ella**

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta menerapkan strategi pemasaran pada UMKM. Agar dapat menambah pengetahuan dan meningkatkan jumlah pembelian keripik.

### **2. Bagi Universitas PGRI Palembang**

Hasil penelitian dapat memberikan gambaran pemikiran dan dapat dijadikan sebagai suatu masukan yang nantinya dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dengan tema yang sama.