

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak pandemi Covid-19 sampai dengan pasca pandemi jumlah UMKM di Indonesia semakin meningkat. Artikel yang ditulis oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pada tahun 2023 menyatakan bahwa sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, atau senilai dengan Rp9.580 triliun, bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM yang jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kementerian Perindustrian RI dalam Binekrasi (2023) mencatat, terdapat kenaikan pada sektor industri restoran dan rumah makan sebesar 3,68% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang hanya sebesar 2,95%.

UMKM di Kota Pasuruan juga mengalami perkembangan yang salah satunya dalam sektor kuliner, dapat dilihat banyak kedai-kedai makanan baru sejenis yang bermunculan sehingga membuat persaingan semakin banyak. Fenomena tersebut mengharuskan para pengusaha menerapkan strategi agar tetap bisa bertahan dan dapat bersaing dengan usaha-usaha lain yang sejenis.

Pelaku usaha harus bisa mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke produk lain. Salah satunya yaitu dengan merangsang konsumen agar

memiliki minat pembelian ulang terhadap produk-produknya. Minat beli ulang adalah minat pembelian yang didasarkan dari pembelian yang pernah dilakukan di masa lalu (Hasan, 2018).

Penting untuk memberikan produk-produk yang berkualitas serta program promosi penjualan yang jelas agar memberikan kesan yang baik kepada konsumen dan bisa meningkatkan kemungkinan pembelian ulang di Kedai Food Spicy Chili Kota Pasuruan. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk, dengan minat beli yang tinggi maka akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan suatu produk di pasar (Utami, 2022).

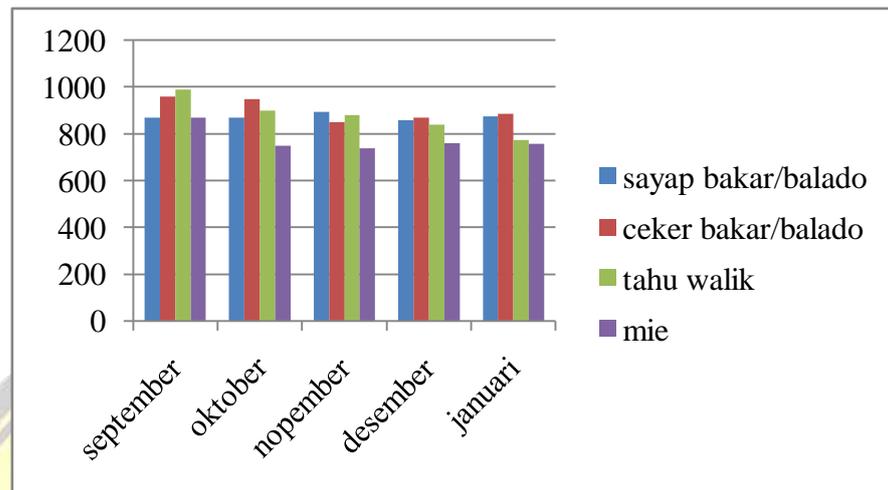
Kualitas produk adalah salah satu faktor yang menentukan minat beli ulang konsumen. Produk yang memiliki kesesuaian dan berkualitas akan memberikan kepuasan terhadap konsumen itu sendiri, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk membeli produk yang telah dibelinya. Kesesuaian performa produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan diharapkan akan memberikan kepuasan dan akan menghasilkan minat beli ulang konsumen di waktu yang akan datang. Kualitas Produk sendiri adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2016). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Anwar & Wardani (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan

terhadap minat beli ulang. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mareta & Kurniawati, 2020); (Ananda & Jamiat, 2021).

Promosi penjualan merupakan strategi penting dalam meningkatkan minat pembelian ulang konsumen. Promosi penjualan dapat mempertahankan konsumen serta menarik calon konsumen untuk membeli produk. Promosi penjualan sendiri adalah intensif jangka pendek yang mendorong orang untuk menginginkan dan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2014). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Luthfiana & Hadi (2019) menyatakan bahwa promosi penjualan berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang. Begitu juga penelitian yang dilakukan Febrilla & Ponirin (2022) terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli ulang.

Salah satu kedai yang bertahan lama sampai sekarang adalah Kedai Food Spicy Chili Kota Pasuruan. Kedai ini sudah buka dari tahun 2014, terletak di Jl. Soekarno Hatta gang 2 No. 33 Rt. 03 Rw. 05 Kota Pasuruan. Saat ini banyak masyarakat menyukai hidangan-hidangan yang pedas, kedai Food Spicy Chili sendiri menjual makanan-makanan pedas sehingga mempunyai daya tarik di mata masyarakat dengan memanfaatkan hal itu. Beberapa menu yang paling sering diminati adalah sayap bakar/balado, cecek bakar/balado, tahu walik, dan mie pedas.

Gambar 1
Penjualan produk di Kedai Food Spicy Chili (September 2023 s.d
Januari 2024)



Sumber : Kedai Food Spicy Chili

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi di Kedai Food Spicy Chili adalah jumlah penjualan produk yang mengalami penurunan perbulannya. Penurunan ini dikaitkan dengan kualitas produk dan promosi penjualan yang dilakukan oleh kedai Food Spicy Chili. Penulis mengaitkan hal tersebut karena saat melakukan survey kepada beberapa konsumen Kedai Food Spicy Chili, konsumen menyatakan bahwa kualitas produk yang dimiliki Kedai Food Spicy Chili sebenarnya sudah bagus tetapi terkadang ada ketidakkonsistenan dalam hal rasa, juga mengenai program promosi penjualan dan kurangnya promosi di media sosial mengenai program tersebut oleh kedai Food Spicy Chili.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Kedai Food Spicy Chili Kota Pasuruan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, suatu masalah dibuat dalam bentuk pertanyaan berikut:

1. Apakah kualitas produk dan promosi penjualan secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang di Kedai Food Spicy Chili di kota Pasuruan?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang di Kedai Food Spicy Chili Kota Pasuruan?
3. Apakah promosi penjualan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang di Kedai Food Spicy Chili Kota Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan secara simultan terhadap minat beli ulang di Kedai Food Spicy Chili Kota Pasuruan.

2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang di Kedai Food Spicy Chili Kota Pasuruan.
3. Mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli ulang di Kedai Food Spicy Chili Kota Pasuruan.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan kontribusi bagi beberapa pihak terkait, antara lain:

1. Bagi Penulis

Sebagai sasaran untuk menambah wawasan terkait pendalaman ilmu saat penelitian secara langsung mengenai kualitas produk dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang dan sebagai syarat menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menerapkan strategi yang berkaitan dengan kualitas produk dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang sehingga bisa meningkatkan penjualan produk di tempat usahanya.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi universitas dalam menambah dan memperkaya bahan pustaka yang sudah ada, baik sebagai pelengkap maupun bahan perbandingan.

4. Bagi Pihak Lain

Bagi peneliti lain dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan serta meningkatkan kualitas pembelajaran.

