

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri makanan olahan di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang pesat. Dengan keragaman budaya dan kekayaan sumber daya alam, Indonesia memiliki banyak potensi dalam menciptakan produk kuliner unik yang tidak hanya memenuhi pasar domestik tetapi juga memiliki peluang besar untuk ekspor. Produk olahan seperti sambal, keripik, makanan kaleng, dan makanan siap saji semakin diminati karena perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih produk praktis namun tetap memiliki cita rasa autentik. Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam industry makanan olahan adalah Kota Pasuruan, Jawa Timur. Kota ini dikenal sebagai sentra produksi hasil laut dan produk pangan berbasis lokal.

Salah satu produk olahan khas pasuruan yang menjanjikan adalah Sambal Kupang (SAKUPANG), makanan yang berbahan dasar kupang, sejenis kerang kecil yang kaya akan protein dan mudah ditemukan di wilayah pesisir Pasuruan. Sambal Kupang tidak hanya menawarkan cita rasa khas yang memadukan rempah-rempah lokal dengan kelezatan kupang, tetapi juga menjadi symbol inovasi produk makanan olahan yang mengangkat kekayaan lokal. Potensi ini semakin besar jika digarap dengan strategi inovasi, seperti varian rasa, kemasan modern dan sertifikasi yang menjamin kualitas serta keamanan produk. Selain itu, Pasuruan memiliki akses logistic yang baik,

sehingga distribusi produk ke wilayah lain di Indonesia maupun ke pasar Internasional menjadi lebih mudah.

Industri makanan olahan di Indonesia terus berkembang seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk kuliner inovatif. Salah satu produk yang memiliki potensi besar tetapi belum dikenal luas adalah SAKUPANG (sambal kupang). Sambal ini menggunakan bahan dasar kerang kupang, hasil laut khas daerah pesisir sebagai bahan utama. Kupang tidak hanya kaya akan nutrisi tetapi juga mencerminkan keunikan kuliner lokal. Namun, tantangan terbesar bagi produk baru seperti sambal kupang adalah rendahnya tingkat kesadaran konsumen dan penjualan yang cenderung stagnan.

Inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakasai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa (Robbins 1994). Inovasi produk menjadi factor penting dalam menciptakan daya tarik sambal kupang. Konsumen yang saat ini cenderung mencari produk yang menawarkan nilai tambah, seperti varian rasa baru, kemasan menarik, atau manfaat kesehatan yang jelas. Namun, kurangnya inovasi sering kali membuat produk baru sulit bersaing di pasar yang sudah jenuh, Produk sambal kupang hanya hadir dengan satu varian rasa. Untuk itu apakah Keterbatasan varian rasa ini menjadi salah satu alasan mengapa produk sambal kupang belum berhasil menarik minat yang signifikan dari masyarakat.

Promosi berarti kegiatan yang menyampaikan manfaat suatu produk dan membujuk pelanggan agar membelinya (Kotler & Armstrong, 2008). Promosi merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran, khususnya

untuk produk baru seperti sambal kupang yang mengangkat bahan local yaitu, kerang kupang sebagai produk unggulan. Produk ini menghadapi tantangan dalam hal promosi, yang menjadi salah satu penyebab utama kurang dikenalnya sambal kupang di kalangan masyarakat khususnya Kota Pasuruan. Sakupang saat ini hanya mengandalkan strategi promosi yang masih terbatas, sehingga kurang optimal dalam menjangkau target pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran yang ada cenderung sederhana, seperti pemasaran melalui lingkup local atau jaringan pribadi, memiliki akun media social untuk promosi namun, tidak dimanfaatkan dengan baik. Maka dari itu, apakah promosi yang kurang efektif juga mempengaruhi keputusan pembelian. Akibatnya, produk ini belum mampu membangun kesadaran merek (brand awareness) di kalangan masyarakat yang lebih luas.

Legalitas usaha atau bisa juga disebut izin usaha merupakan suatu unsur penting dalam menunjukkan identitas diri untuk melegalkan usaha sehingga mampu diterima dalam masyarakat (Indrawati et al., 2024). Kepercayaan konsumen adalah elemen krusial dalam menentukan keberhasilan produk, termasuk sambal kupang. Kepercayaan ini didasari oleh berbagai factor, salah satunya adalah jaminan bahwa produk memenuhi standar legal dan keamanan. Sambal kupang telah memperoleh sertifikat resmi seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikasi Halal, yang menjadi bukti bahwa produk ini tidak hanya resmi dan terdaftar tetapi juga aman serta sesuai dengan syariat islam bagi konsumen muslim. Ketiadaan legalitas yang jelas dapat menghambat adopsi anak baru oleh pasar.

Saat melakukan pembelian, keputusan yang diambil sangat penting karena akan mempengaruhi pendekatan pemasaran yang diterapkan oleh penjual. Penjual memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan meningkatkan komunikasi dengan konsumen melalui pemasaran strategis dan mengembangkan variasi produk baru. Keputusan pembelian tentu akan mempertimbangkan bagaimana menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

Pada penelitian ini didukung oleh Studi oleh (Wulansari, 2021) yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan legalitas usaha terhadap peningkatan volume penjualan. Hasilnya menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan. Kurniawan et al., (2023) mengemukakan bahwa inovasi produk, harga, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman. Namun, secara parsial, inovasi produk tidak berpengaruh signifikan, sementara harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan permasalahan ini, penelitian tentang pengaruh inovasi produk, promosi dan legalitas terhadap keputusan pembelian sambal kupang menjadi relevan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana ketiga variable tersebut memengaruhi keputusan pembelian, sekaligus memberikan solusi bagi produsen dalam meningkatkan daya saing produk di pasar.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sambal kupang?
2. Apakah promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sambal kupang?
3. Apakah legalitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sambal kupang?
4. Apakah inovasi produk, promosi, dan legalitas secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sambal kupang?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh positif inovasi produk terhadap keputusan pembelian sambal kupang.
2. Menganalisis pengaruh positif promosi terhadap keputusan pembelian sambal kupang.
3. Menganalisis pengaruh positif legalitas terhadap keputusan pembelian sambal kupang.
4. Menganalisis pengaruh positif secara simultan antara inovasi produk, promosi, dan legalitas terhadap keputusan pembelian sambal kupang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis:

- a. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya terkait inovasi produk, promosi, dan legalitas dalam memengaruhi keputusan pembelian.
- b. Menjadi referensi tambahan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas pengaruh inovasi, promosi, dan legalitas terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis:

a. Bagi Pengusaha Sakupang:

Memberikan masukan dalam mengembangkan strategi inovasi produk, meningkatkan promosi, dan memastikan legalitas untuk mendorong keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi Pelaku UMKM:

Memberikan panduan pentingnya inovasi, promosi, dan legalitas dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

c. Bagi Pemerintah atau Stakeholder:

Memberikan data dan informasi untuk menyusun kebijakan dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis produk lokal seperti sambal kupang.

d. Bagi pihak universitas:

Penelitian ini dapat menjadi referensi akademik yang berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya terkait inovasi produk, promosi, dan legalitas terhadap keputusan pembelian.

e. Sumber Referensi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa atau dosen yang ingin melakukan penelitian serupa di masa mendatang.

3. Manfaat Sosial:

- a. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya membeli produk lokal dengan legalitas yang jelas.
- b. Membantu meningkatkan ekonomi masyarakat, khususnya nelayan atau produsen kupang sebagai pemasok bahan baku utama.

