PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN INOVASI RODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. CITRA SARI TANJUNGPINANG

SKRIPSI

ALIF MUFTI HIDAYAT
NIM : 18612052

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG
2022

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan sumber daya alamnya. Sumber daya tersebut harus dikembangkan dengan baik untuk memperoleh hasil yang maksimal. Menurut Suastini *et al.* (2019), warga indonesia dalam memanfaatkan sumber daya alam dengan melakukan wirausaha yaitu menjalankan usaha UMKM. UMKM atau kependekan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan usaha produktif yang memiliki peran penting dalam memajukan perekonomian (Amri, 2015).

Saat ini negara Indonesia merupakan negara yang memiliki pertumbuhan UMKM yang meningkat setiap tahunnya. Hal ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistika (BPS) yang menunjukkan UMKM mengalami peningkatan pada tahun 2017-2019 dengan perincian data sebagai berikut :

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM Di Indonesia Tahun 2017-2019

No	Indikator	Satuan	2017	2018	2019
1	Usaha Mikro	Unit	62.106.900	63.350.222	64.601.352
2	Usaha Kecil	Unit	757.090	783.132	798.679
3	Usaha Menengah	Unit	58.627	60.702	65.465
Total			62.992.617	64.194.056	65.465.496

Sumber : Badan Pusat Statistik (2019)

Berdasarkan tabel di atas, perkembangan UMKM di Negara Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2017-2018 mengalami peningkatan sejumlah 1.201.439 unit, selanjutnya tahun 2018-2019 meningkat sejumlah 1.271.440 unit. Salah satu dari sekian banyak jenis UMKM, usaha bidang

kuliner merupakan salah satu usaha yang mudah dikembangkan dan berpotensi di pangsa pasar. Pernyataan tersebut sejalan dengan Tresnawati dan Prasetyo (2018) mengatakan bahwa bisnis bidang kuliner di Indonesia semakin berkembang yang dapat dilihat dengan semakin banyaknya bisnis kuliner yang bermunculan dan berpeluang sangat bagus untuk para pelaku bisnis, mulai dari pebisnis mahir atau pelaku bisnis pemula.

Dengan banyaknya bisnis kuliner yang ada, memungkinkan terjadinya persaingan antar usaha dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Konsumen merupakan bagian terpenting dalam suatu usaha, hal ini dapat berpengaruh terhadap laba yang dihasilkan dan keberlangsungan berdirinya suatu usaha untuk jangka panjang. Konsumen biasanya melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Menurut Kotler dan Amstrong (Yulianti, 2018), keputusan pembelian merupakan proses menyelesaikan masalah yang terdiri dari proses mengenali kebutuhan dan keinginan, pencarian untuk memperoleh suatu informasi, melayani konsumen, melaksanakan keputusan pembelian dan perilaku setelah melakukan pembelian. Dalam bisnis kuliner, makanan menjadi prioritas utama yang harus diperhatikan. Salah satu faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian makanan adalah keragaman produk.

Menurut Engels dan Blackwell (Liwe, 2016), keragaman produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu makanan yang meliputi luas, kualitas produk dan kedalaman serta stok produk yang dijual. Menurut Kotler (Agustin et al., 2019), keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan kepada pembeli, hubungan kumpulan

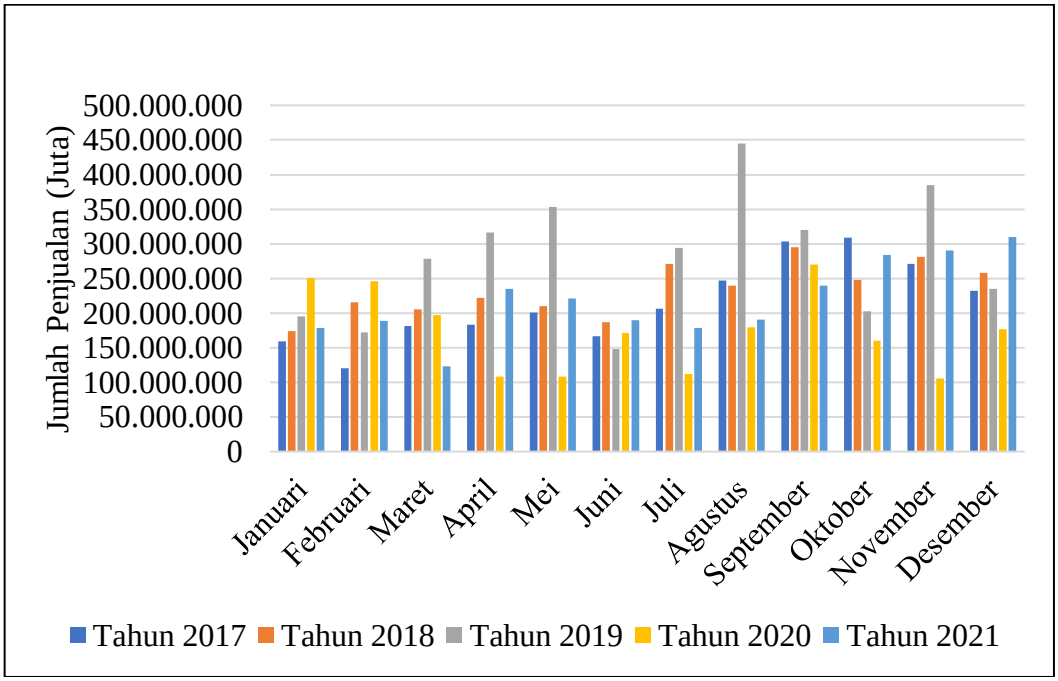
antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat dengan kelangsungen penjualan suatu usaha. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian Liwe (2016) yang membuktikan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selain keragaman produk, inovasi produk sangat berperan dalam mempengaruhi konsumen melakukan pembelian suatu produk Menurut Uliana (Al rasyid & Tri Indah,2015) inovasi produk dalam konteks pemasaran adalah barang, jasa maupun ide yang dipersepsikan sebagai suatu ide baru dan berbeda dengan barang atau jasa yang telah ada sebelumnya. Hal ini sejalan dengan Tamamudin (Hasnatika, 2018) yang menunjukkan bahwa meningkatnya kinerja melalui peningkatan keputusan pembelian, dipengaruhi oleh inovasi produk yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, keragaman dan inovasi produk saling mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kota Tanjungpinang adalah ibu kota dari Provinsi Kepulauan Riau yang melaksanakan berbagai jenis kegiatan ekonomi yang sangat beraneka ragam. Menurut Hardiansyah (2019), salah satu sektor yang saat ini berkembang dan diharapkan dapat menopang ekonomi Kota Tanjungpinang adalah menjalankan usaha yang tergolong ke dalam UMKM. Salah satu UMKM yang telah berdiri lebih dari 10 tahun di Kota Tanjungpinang yaitu CV. Citra Sari. Usaha ini berdiri pada tanggal 11 Maret 2002 yang bergerak dibidang kuliner. Lokasi usaha di Jalan Delima No.78, Kampung Baru, Kelurahan Tanjungpinang Barat. Produk makanan yang dijual yaitu snack dan catering. Snack terdiri dari berbagai macam jenis kue

seperti kue tradisional sampai kue kekinian yang beraneka ragam, sedangkan catering melayani pemesanan makanan seperti : nasi kotak, kue kotak dan prasmanan.

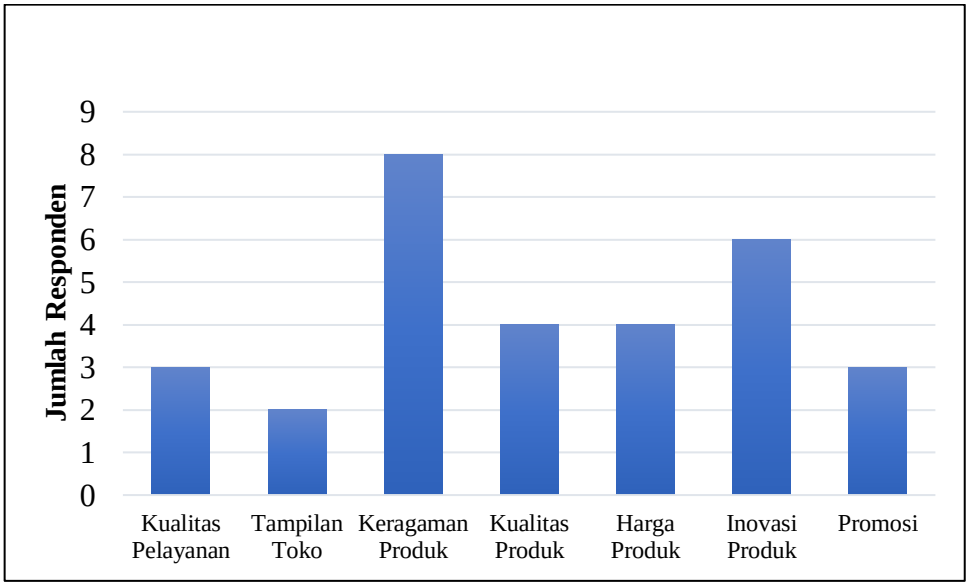
Tabel 1.2
Data Penjualan CV. Citra Sari Tanjungpinang Tahun 2017-2021



Sumber : Cv. Citra Sari Tanjungpinang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1.2, tahun 2017-2020 CV. Citra Sari Tanjungpinang mengalami ketidakstabilan total penjualan setiap bulannya. Penjualan yang paling tinggi terjadi pada bulan agustus tahun 2019 sebesar Rp 445.314.000,00 dan mengalami penurunan terendah pada bulan november tahun 2020 sebesar Rp 105.424.000,00. Ketidakstabilan penjualan ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor. Berdasarkan hasil pra-survei kepada 30 responden diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 1.3
Data Hasil Pra-Survei
Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

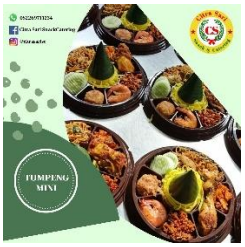


Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1.3 , dari hasil data pra-survei yang telah dilaksanakan kepada 30 konsumen dengan beberapa faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian yang meliputi : Kualitas pelayanan, Tampilan Toko, Keragaman Produk, Kualitas Produk, Harga Produk, Inovasi Produk dan Promosi. Faktor keragaman produk memperoleh nilai tertinggi pertama (8), dan Inovasi Produk memperoleh nilai tertinggi kedua (6), dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian pada CV. Citra Sari Tanjungpinang adalah faktor keragaman produk dan inovasi produk.

Berdasarkan pengamatan secara langsung oleh peneliti ke tempat lokasi usaha, CV. Citra Sari Tanjungpinang menyediakan berbagai aneka jenis produk makanan. Beberapa jenis produk makanan yang disediakan oleh CV. Citra Sari Tanjungpinang adalah sebagai berikut :

Gambar 1.1
Keragaman Produk CV. Citra Sari Tanjungpinang

Keragaman Produk	Produk Makanan		Keterangan
Snack			Keragaman produk yang disediakan oleh CV. Citra Sari saat ini cukup bervariasi terdiri dari berbagai jenis produk makanan dan ukuran produk juga bervariasi.
Nasi Kotak & Prasmanan			
Tumpeng			

Sumber : Instagram CV. Citra Sari (2022)

Berdasarkan Gambar 1.1, dapat diketahui bahwa CV. Citra Sari Tanjungpinang menyediakan produk empat jenis produk makanan yang terdiri dari aneka kue, nasi kotak, prasmanan, dan tumpeng. Persediaan produk yang beraneka ragam akan membantu konsumen dalam memilih produk makanan yang sesuai dengan kebutuhan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa CV. Citra Sari Tanjungpinang menggunakan keragaman produk sebagai strategi penjualan untuk mempengaruhi konsumen melakukan pembelian. Selanjutnya dari segi inovasi produk CV. Citra Sari Tanjungpinang dari sebelumnya hanya menyediakan aneka

kue tradisional, saat ini salah satu inovasi pengeembangan produk yang dilaksanakan yaitu menambah jenis olahan makanan baru ”Keripik Ikan Tamban” gambar 1.2 dibawah ini :

Gambar 1.2
Inovasi Produk CV. Citra Sari Tanjungpinang



Sumber : CV. Citra Sari Tanjungpinang (2022)

Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha (Ibu Kartika Kusumastuti), beliau memiliki harapan dengan menciptakan produk baru ini dapat menambah daya tarik dari para pembeli untuk membeli produk-produk dari citra sari.

Penelitian ini terinspirasi dari dua penelitian terdahulu. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Sindarko (2018) yang berjudul “Pengaruh Keragaman Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen La Cherie”, Hasil penelitian ini menunjukkan dari hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel keragaman produk menunjukkan nilai sig ≤ 0,05 yaitu sebesar 0,001. Berdasarkan data tersebut disimpulkan bahwa variabel keragaman produk mempengaruhi

keputusan pembelian konsumen La Cherie. Kedua, penelitian Al rasyid & Tri Indah (2015) yang berjudul "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, setiap kenaikan satu satuan pada variabel inovasi produk akan diikuti oleh peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,401 satuan. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, setiap penyesuaian unit baik keterjangkauan harga, kesesuaian harga terhadap kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat akan mempengaruhi keputusan pembelian Yamaha. sepeda motor untuk 0538 unit. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang dibuat oleh Yamaha dan Harga yang ditetapkan mempengaruhi 46,6% keputusan konsumen dalam menjalani pembelian sepeda motor Yamaha di Tangerang Selatan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada populasi dan lokasi yang digunakan yaitu kosumen CV. Citra Sari Tanjungpinang. Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan, maka judul penelitian adalah **"PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. CITRA SARI TANJUNGPINANG".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV. Citra Sari Tanjungpinang?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV. Citra Sari Tanjungpinang?
3. Apakah keragaman produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV. Citra Sari Tanjungpinang?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini konsumen akhir yang telah melakukan pembelian makanan di CV. Citra Sari Tanjungpinang pada tahun 2017-2020 dengan fokus pada konsumen bisnis.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari hasil rumusan masalah yang dijelaskan, tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui bahwa variabel keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada CV. Citra Sari Tanjungpinang.
2. Mengetahui bahwa variabel inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada CV. Citra Sari Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui bahwa variabel keragaman produk dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada CV. Citra Sari Tanjungpinang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Ilmiah

Kegunaan teoritis merupakan hasil penelitian yang dapat digunakan sebagai sumber informasi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan keputusan pembelian khususnya pada keragaman produk dan inovasi produk di CV. Citra Sari Tanjungpinang.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis merupakan sumber informasi yang diharapkan oleh penulis dan dapat digunakan dan membantu kepada pihak-pihak penting, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Untuk CV. Citra Sari Tanjungpinang hasil dari penelitian dapat dijadikan masukan dan sumber informasi mengenai keragaman produk.
2. Untuk Akademis, dari hasil penelitian diharapkan digunakan sebagai refrensi dalam membantu penelitian selanjutnya, khususnya mengenai keragaman produk.
3. Untuk peneliti, menambah informasi, wawasan dan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khusunya pada keputusan pembelian, keragaman produk.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada sistematis penulisan merupakan suatu hal yang biasa digunakan dan sering dijelaskan oleh peneliti untuk dapat memudahkan dan pemahaman bagi para pembaca. Sistematika penulisan dari penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

BAB I menjelaskan tentang pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

BAB II menjelaskan landasan teori yang terdiri dari tinjauan teori, kerangka pemikiran, hipotesis, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

BAB III menjelaskan metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengolahan data, analisis data, dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB IV menjelaskan hasil dari penelitian yang menggambarkan objek penelitian, analisis deskriptif varibel penelitian, analisis uji penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

BAB V menjelaskan ktentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.