

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan modernisasi saat ini menuntut adanya persaingan dalam dunia bisnis, tidak bisa dipungkiri beberapa fenomena dunia bisnis ditandai dengan inovasi-inovasi dan perubahan yang canggih dibidang komunikasi, informasi dan teknologi. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dilakukan dengan cara membangun komunikasi yang baik dengan konsumen, memberikan inovasi-inovasi baru pada produk yang diproduksi sehingga membuat konsumen menjadi penasaran, dan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih dengan memasarkan secara online agar lebih mudah memperkenalkan produk kepada masyarakat luas.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk melakukan sesuatu. Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Keputusan pembelian dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual yaitu dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui keinginan konsumen dan selera dari konsumen. Keberhasilan suatu usaha dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dilakukan dengan cara membangun komunikasi yang baik dengan konsumen, membangun merek produk yang baik dan memberikan inovasi-inovasi yang ada pada saat ini. Dalam meningkatkan keputusan pembelian yaitu dengan melakukan inovasi produk.

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun yang belum. Sehingga inovasi produk menjadi faktor kesuksesan suatu perusahaan melalui produk

inovatif yang diciptakan guna memuaskan konsumen. Inovasi produk dalam dunia kuliner semakin bermunculan mulai dari cita rasa yang baru dan kemasan produk yang menarik. Inovasi sangat diperlukan demi menciptakan keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen. Untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen, sebuah usaha harus mencari idea atau inovasi-inovasi baru. Inovasi pada produk akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik. Inovasi produk sangat erat kaitannya dengan pengambilan keputusan karena inovasi produk mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga lebih tertarik membeli produk tersebut di bandingkan produk pesaing. Demi mengembangkan lebih luas usaha yang dijalankan maka dilakukannya dengan penjualan secara online.

Selain inovasi produk, hal yang dapat meningkatkan keputusan pembelian salah satu nya yaitu e-commerce. E-commerce merupakan sebuah sistem yang bisa digunakan apabila jaringan internet tersedia, dan bisa digunakan untuk proses pembelian, penjualan, pemasaran, transfer jika terdapat jaringan komputer. E-commerce telah membuka peluang bagi setiap orang untuk berbisnis karena dapat menciptakan bisnis pada dunia maya yang menghubungkan orang-orang secara luas tanpa terbatas oleh letak geografis. Perkembangan teknologi informasi yang sangat membantu para wirausaha dalam menjalankan usahanya, teknologi informasi memberikan informasi secara akurat, cepat dan tepat sehingga memudahkan dalam bertransaksi. Semakin canggihnya teknologi informasi saat ini lebih memudahkan para wirausaha untuk memasarkan produknya sehingga cepat dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu bentuk teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini dalam penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, sosial media, televisi atau jaringan computer (e-commerce).

UMKM Hotang (Hotdong Kentang) merupakan usaha yang berjalan dibidang makanan. Usaha ini didirikan pada tahun 2019 di desa Banyumas. Berawal dari seorang penjual yang termotivasi melihat videomakanan yang sedang viral. Akhirnya penjual mencoba untuk membuatnya. Awal Hotang dibuat daya beli masyarakat tinggi namun ketika berjalannya waktu, pendapatan penjualan menurun dikarenakan belum adanya inovasi produk dan peran E-commerce. Dalam hal ini maka penjual harus terus melakukan inovasi baru agar usaha Hotang dapat berkembang serta menarik minat konsumen untuk membeli Hotang.

Berikut adalah data penjualan UMKM Hotang tahun 2019-2020.

Tabel 1. Penjualan UMKM Hotang Banyumas Tahun 2019-2020

No	Tahun	Harga (Rp) Pertusuk	Nilai Pendapatan Pertahun
1.	2019	2.500	Rp. 15.009.200
2.	2020	2.500	Rp10.400.200

Sumber : UMKM Hotang Banyumas

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa penjualan pada Hotang mengalami fluktuatif disebabkan belum adanya inovasi produk dan penggunaan E-commerce. Di dalam suatu perusahaan inovasi produk sangat penting, karena dengan adanya pengembangan produk baru usaha tersebut akan terus berkembang dengan mengikuti zaman dan dapat meningkatkan keputusan pembelian bagi konsumen. Adanya peran E-commerce juga sangat penting, karena konsumen bisa membeli secara online tanpa harus keluar rumah. Sehingga peran E-commerce dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Agar penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan maka penulis melakukan observasi pra penelitian untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai alasan mereka membeli Hotang.

Berdasarkan pra penelitian dapat menggunakan metode wawancara yang ditunjukkan kepada konsumen dengan sampel berjumlah 30 orang, maka diperoleh data bahwa 24 orang dinyatakan membeli Hotang dikarenakan inovasi produk dan 16 orang membeli Hotang dikarenakan E-commerce.

Dari latar belakang diatas, makapenulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan pembelian dikaitkan dengan inovasi produk dan peran E-commerce.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas,penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh inovasi produk terhadap pengambilan keputusan pembelian pada UMKM Hotang di Banyumas Tahun 2020?
2. Apakah ada pengaruh peran E-commerce terhadap pengambilan keputusan pembelian pada UMKM Hotang di Banyumas Tahun 2020?
3. Apakah ada pengaruh inovasi produk dan peran E-commerce secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada UMKM Hotang di Banyumas Tahun 2020?

Dari rumusan masalah diatas maka penelitimembuat judul penelitian sebagai berikut: **“Pengaruh Inovasi Produk Dan E-Commerce Terhadap pengambilan Keputusan Pembelian Di UMKM Hotang (Hotdog Kentang) Banyumas Tahun 2020”**.

C. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menjaga agar penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Objek penelitian : Inovasi produk, E-commerce dan pengambilan keputusan pembelian
2. Subjek penelitian : Konsumen.
3. Tempat penelitian : UMKM HOTANG di Banyumas.

4. Waktu penelitian : Tahun 2020.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Ingin mengetahui ada pengaruh inovasi produk terhadap pengambilan keputusan pembelian di UMKM Hotang (Hotdog Kentang) Banyumas tahun 2020.
- b. Ingin mengetahui ada pengaruh E-commerce terhadap pengambilan keputusan pembelian di UMKM Hotang (Hotdog Kentang) Banyumas tahun 2020.
- c. Ingin mengetahui ada pengaruh inovasi produk dan E-commerce secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian di UMKM Hotang (Hotdog Kentang) Banyumas tahun 2020.

2. Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan ilmu pengetahuan, terkhusus manajemen pemasaran tentang inovasi produk, E-commerce yang dikaitkan dengan keputusan pembelian.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi UMKM

Dari hasil penelitian ini dapat disumbangkan saran-saran untuk meningkatkan pengambilan keputusan pembelian di UMKM HotDog Kentang Banyumas tahun 2020.

2) Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu.

3) Bagi Pembaca

Sebagai bahan pembelajaran atau referensi pembuatan skripsi yang akan datang dan sebagai salah satu sumber ilmu pengetahuan.