

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wirausahawan merupakan individu yang dapat menciptakan sebuah bisnis baru dengan cara menawarkan produk berupa barang atau jasa yang telah dibuat berdasarkan hasil survey pasar. Dalam kegiatan berwirausaha diperlukan kemampuan untuk dapat mengelola risiko dan dapat memanfaatkan peluang usaha sebaik mungkin berdasarkan permintaan dari konsumen. Untuk menjadi wirausahawan yang handal maka diperlukan keberanian dalam mengambil keputusan dan risiko, berpikir kreatif untuk dapat memberikan sentuhan inovasi bagi produk yang akan dikembangkan, memiliki jiwa kepemimpinan, serta dapat menganalisis dengan tepat. Wirausaha merupakan salah satu kekuatan penting untuk dapat mendorong perekonomian negara, pemerintah semakin mempermudah dan memberi jalan bagi setiap individu untuk memulai kegiatan berwirausaha yang dimulai dari skala industri rumah tangga, dengan demikian tidak ada halangan lagi bagi mereka yang ingin mempunyai usaha baru dengan memproduksi barang dari rumah (Sulaeman, 2021).

Indonesia mempunyai jumlah penduduk sebanyak 270 juta jiwa, dari sekian banyak jumlah penduduk yang dimiliki oleh Indonesia hanya 3,47% penduduk yang sudah memulai untuk berwirausaha. Jumlah wirausahawan di Indonesia masih termasuk rendah dibandingkan oleh negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, dan Singapura sehingga diperlukan kesadaran dari masyarakat untuk mulai beralih menciptakan lapangan pekerjaan baru agar dapat mengurangi angka pengangguran serta meningkatkan kondisi perekonomian negara. Berpikir secara kreatif dan inovatif serta memiliki kemampuan menganalisa peluang harus menjadi landasan oleh sebagian besar usia produktif di Indonesia saat ini mengingat bahwa saat ini usia produktif penduduk Indonesia sebanyak 68,75% yang di dominasi oleh generasi milenial dan generasi z (Sulaeman, 2021).

Kegiatan usaha yang dimulai dengan aktivitas produksi dari rumah dikenal sebagai UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dibedakan berdasarkan jumlah omzet yang diperoleh setiap tahun, jumlah pekerja, dan jumlah kekayaan atau aset yang dimiliki. UMKM memiliki kontribusi yang cukup vital terhadap perekonomian negara seperti mendorong pemerataan ekonomi, penopang ekonomi saat kondisi krisis, membuka lapangan pekerjaan baru sehingga dapat membantu mengurangi pengangguran dan menjadikan tenaga kerja lebih terampil, dan tentu UMKM berkontribusi meningkatkan devisa negara.

Pelaku UMKM di Kota Surabaya saat ini berjumlah lebih dari 60.000, hal ini mengalami peningkatan selama masa pandemi covid-19. Pelaku UMKM ini tentunya mendapatkan intervensi dari Dinas Perdagangan, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro untuk dapat diberikan pelatihan, pemberian sertifikasi, pendampingan pembukuan laporan keuangan dan fasilitas yang dapat menunjang kegiatan pemasaran (Santoso, 2021). Kesadaran masyarakat mengenai berwirausaha sudah mulai membaik ditandai dengan terus meningkatnya pelaku usaha mikro, kecil dan menengah khususnya di Kota Surabaya, para pelaku usaha diharapkan dapat terus mengembangkan berbagai gagasan baru untuk dapat berkontribusi memberikan solusi atas permasalahan ekonomi yang sedang terjadi, hal ini selaras dengan UMKM yang selama ini menjadi garda terdepan dalam mendukung pemulihan ekonomi Indonesia.

Industri pengolahan pangan menjadi salah satu daya tarik bagi para pelaku usaha untuk mengasah kemampuan berpikir kreatif dan inovatif sehingga produk yang dihasilkan dapat memberikan solusi atas kebutuhan masyarakat. Salah satu industri pengolahan pangan yang berhasil mewujudkan ide yang kreatif salah satunya adalah Pros Cube yang lokasi produksinya bertempat di Petemon, Kota Surabaya. Pros Cube merupakan camilan dari kombinasi olahan ikan tinggi protein yang dikeringkan kemudian diolah dengan baluran cokelat yang bervariasi. Kandungan protein yang dimiliki oleh Pros Cube dapat bermanfaat sebagai salah satu pemenuhan kebutuhan protein anak yang dalam masa pertumbuhan. Sentuhan inovasi yang diberikan Pros Cube dengan cara mengombinasikan olahan ikan dengan cokelat menjadi salah satu keunggulannya, varian rasa cokelat yang dimiliki oleh Pros Cube adalah original special, strawberry, white delight, dan dark chocolate. Varian rasa cokelat yang diberikan Pros Cube dapat menjadi salah satu daya tarik anak-anak untuk mengonsumsi snack ikan tinggi protein sehingga dapat membantu masa pertumbuhannya secara optimal. Pros Cube memiliki dua jenis kemasan yang dijual, yakni kemasan standing pouch isi 12 cube dan kemasan sachet dengan isi 6 cube. Harga yang ditawarkan oleh Pros Cube mulai dari Rp 6.000 hingga Rp 12.000 untuk setiap kemasannya.

Sejalan dengan manfaat yang diberikan untuk membantu pemenuhan kebutuhan protein anak dalam masa pertumbuhan, Pros Cube tentu memiliki pesaing yang juga mengembangkan produk secara inovatif dalam hal membantu anak-anak yang sedang dalam masa pertumbuhan. Pesaing dari Pros Cube yang juga memanfaatkan ikan sebagai bahan dasarnya adalah Sipetek Crispy Ikan yang merupakan produsen camilan ikan petek dari Kota Bogor. Sipetek berhasil mengolah ikan petek menjadi salah satu camilan ikan tinggi kalsium, sehingga menjadikan Sipetek salah satu produk yang dibutuhkan anak-anak yang dalam masa pertumbuhan. Sipetek Crispy Ikan

memiliki varian rasa pedas, keju, barbeque, rendang, dan rumput laut, dengan harga yang ditawarkan oleh Sipetek adalah Rp 10.000 untuk satu kemasan dengan berat bersih 50 gram.

Kompetitor yang hadir tidak menjadi halangan bagi Pros Cube untuk dapat terus berinovasi mengembangkan produk serta meluaskan pasar konsumennya. Semakin luas pasar yang dimiliki Pros Cube tentu akan membantu konsumen untuk dapat menjangkau produk Pros Cube lebih dekat lagi. Faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli Pros Cube adalah harga, harga dari Pros Cube saat ini masih cukup terjangkau dikalangan masyarakat menengah, menurut Munnaka (2008, dalam Hati, Zulianti, Achyar, Safira 2021) persepsi harga telah diteliti sebagai elemen utama yang dapat mempengaruhi minat beli pelanggan, selain itu menurut Angula dan Gill (2007, dalam Hati, dkk 2021) meskipun harga tidak selalu menjadi elemen penting yang dapat mempengaruhi daya beli, akan tetapi harga yang lebih rendah menarik bagi konsumen yang memiliki daya beli rendah. Kemampuan dan ketertarikan individu terhadap sebuah produk akan mendorong terjadinya minat untuk membeli serta kemudahan konsumen dalam menjangkau produk menjadi salah satu pengaruh timbulnya minat beli (Irham, Mardiana, Tandirerung, 2018).

Menempatkan di sebuah kelompok pasar yang tepat menjadikan Pros Cube dapat bertahan hingga saat ini, karena dengan hal tersebut konsumen dapat dengan mudah untuk melakukan pembelian sesuai dengan kemampuannya. Harga yang dirasakan oleh konsumen juga akan berpengaruh terhadap kualitas yang dirasakannya, sehingga kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen merupakan salah satu elemen penting bagi produsen untuk melakukan peningkatan kualitas produksi dan menjaga konsistensi kualitas produk yang di produksi. Hal tersebut senantiasa dilakukan agar dapat terus menjaga asa minat konsumen untuk membeli Pros Cube. Pros Cube merupakan sebuah produk camilan sehat yang baru beredar di pasar, harga yang ditawarkan oleh Pros Cube mulai dari Rp8.000, sedangkan camilan sehat yang sudah terlebih dahulu beredar di pasar juga memiliki harga jual yang sama, serta dengan kualitas produksi yang terbaik, dengan demikian peneliti ingin melihat seberapa besar kesempatan Pros Cube dapat bersaing dan diterima oleh konsumen. Berdasarkan uraian diatas maka penulis memilih judul penelitian “Pengaruh *Perceived Price* dan *Perceived Quality* Terhadap Minat Beli Pros Cube”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti ingin mengajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *perceived price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pros cube ?
2. Apakah *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pros cube ?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh *perceived price* dan *perceived quality* terhadap minat beli Pros Cube.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui *perceived price* berpengaruh signifikan terhadap minat beli Pros Cube.
2. Untuk mengetahui *perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap minat beli Pros Cube.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada dalam penelitian ini, maka manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat bagi praktis

Penelitian ini merupakan hasil dari implementasi yang diharapkan peneliti dapat memberi informasi kepada publik dan para calon pelaku usaha dalam bidang usaha makanan atau camilan pada aspek harga yang dirasakan dan kualitas yang dirasakan oleh konsumen.

2. Manfaat bagi akademis

Manfaat bagi akademis dari penelitian ini yaitu dapat menjadi acuan bagi para peneliti baru, sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *perceived price* dan *perceived quality* pada produk makanan atau camilan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dan manfaat.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, kerangka / model konseptual, pengembangan hipotesis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, obyek penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, statistik deskriptif, pengujian data.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penyebaran dan pengambilan kuesioner, gambaran umum responden (karakteristik demografi), hasil pengujian kualitas data dan pembahasan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian.