

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tujuan pembangunan di Indonesia antara lain untuk meningkatkan produksi yang sekaligus meningkatkan pendapatan, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pembangunan diarahkan pada peningkatan produksi guna memenuhi kebutuhan pangan dan industri, memperluas kesempatan kerja, dan mendorong kesempatan berusaha. Masih pentingnya pertanian dalam perekonomian dapat dilihat dari aspek kontribusinya terhadap PDB (prodak domestik bruto), penyediaan lapangan kerja, penyediaan penganekaragaman menu makanan, kontribusinya untuk mengurangi jumlah kemiskinan dan perannya terhadap nilai devisa yang akan dihasilkan dari ekspor (Suratiah,2008).

Besarnya kesempatan dan peluang yang menjanjikan dari pangsa pasar olahan jamur tiram tersebut serta didukung pula oleh banyaknya sumber daya yang ada membuat produsen jamur tiram semakin populer. Hal ini tidak menutup kemungkinan dalam olahan industri jamur tiram ini terjadi persaingan bisnis yang sangat ketat bagi para pemasar maupun para produsen pembeli jamur tiram. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama dari persaingan perusahaan sejenis , membuat pengusaha jamur tiram bergerak lebih cepat untuk memasok produknya guna dapat menarik banyak konsumen. Pengusaha yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Ada banyak strategi yang bisa dilakukan suatu pengusaha untuk

bisa tetap bertahan dalam persaingan bisnis ini, misalnya dengan menetapkan strategi harga yang dapat menarik konsumen lebih banyak, dan dapat memilih tempat yang strategis guna meningkatkan jumlah penjualan jamur tiram di desa Sumingkir.

Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli Kotler dalam Meithina Indrasari (2019). Harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan.

Harga memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan pembeli dalam membeli barang maupun jasa. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Meithiana Indrasari (2019) ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Dalam dunia perdagangan atau dunia bisnis persaingan harga sangatlah sering terjadi. Setiap pedagang pasti mempunyai target harga sendiri-sendiri untuk meningkatkan penjualan. Semakin murah harga maka semakin banyak juga jamur yang terjual di Omaeh Jamur begitupun sebaliknya, namun terkadang harga pupuk yang tidak dapat di prediksi yang menimbulkan harga jamur tiram tidak stabil. Dalam persaingan penjualan jamur tiram konsumen sangat tertarik membeli jamur tiram di Omaeh Jamur karena setiap pembelian di atas 10kg konsumen mendapatkan diskon potongan harga.

Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan konsumen untuk datang dan berbelanja. Menurut Ilfi (2020) lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Pengusaha harus pintar dalam menentukan lokasi mana yang lebih strategis guna dapat meningkatkan penjualan dan dapat meningkatkan omset dalam suatu bisnis. Lokasi yang strategis memudahkan pengunjung untuk dapat membeli jamur tiram yang di jual. Mempunyai lokasi yang sangat strategis adalah impian bagi semua pengusaha terutama Omaeh Jamur. Lokasi yang strategis juga sangat mempengaruhi tingkat penjualan jamur tiram. Hal ini yang menjadi permasalahan di omahe jamur karena tidak mempunyai tempat yang cukup luas sehingga pengunjung yang menggunakan roda empat tidak mendapat tempat parkir. Sehingga dalam permasalahan ini pengunjung sangat kesusahan untuk membeli jamur. Sehingga konsumen lebih memilih membeli jamur di pasar ketimbang di omahe jamur karena sebagian pengunjung memilih tempat yang strategis dan nyaman.

Keputusan pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk (Kotler dan Keller dalam Supriyatna, 2020). Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu dalam memilih suatu produk yang diinginkan. Menurut Kotler dan Keller dalam Supriyatna (Supriyatna, 2020) ada enam indikator keputusan pembelian. Keputusan pembelian juga di pengaruhi oleh harga yang sangat terjangkau dan tempat yang sangat strategis. Harga yang terjangkau lebih dapat meningkatkan penjualan yang mendorong konsumen

untuk melakukan pembelian jamur tiram tersebut. Berikut adalah rekap data pembeli jamur tiram di desa Sumingkir pada tahun 2022 :

Rekap Penjualan Jamur Tiram Di Desa Sumingkir 2022

NO	BULAN	PENJUALAN JAMUR TIRAM	JUMLAH JAMUR TIRAM (Kg)
1	JANUARI	Rp. 1.000.000	43
2	FEBRUARI	Rp. 1.250.000	55
3	MARET	Rp. 790.000	25
4	APRIL	Rp. 900.000	37
5	MEI	Rp. 850.000	33
6	JUNI	Rp. 600.000	21
7	JULI	Rp. 880.000	36
8	AGUSTUS	Rp. 400.000	19
9	SEPTEMBER	Rp. 1.000.000	43
10	OKTOBER	Rp. 500.000	15
11	NOVEMBER	Rp. 800.000	29
12	DESEMBER	Rp. 925.000	40

Tabel 1.1 rekap penjualan jamur tiram di desa Sumingkir 2022

Berdasarkan hasil dari data penjualan jamur tiram di desa Sumingkir terdapat peningkatan penjualan pada bulan Februari tahun 2022 dengan jumlah penjualan jamur tiram 55 kg, sedangkan penurunan penjualan jamur tiram pada bulan Oktober tahun 2022 dengan jumlah penjualan jamur tiram 15kg di karenakan penjual sayur sudah memiliki pemasok jamur tiram dengan harga yang relatif lebih renda. Oleh karena itu, perlu dilakukan suatu penelitian agar dapat mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian jamur tiram di desa Sumingkir.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengambil judul
**“PENGARUH HARGA, DAN LOKASI, TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JAMUR TIRAM DI DESA SUMINGKIR.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jamur tiram di desa sumingkir?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian jamur tiram di desa sumingkir?
3. Apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian jamur tiram di desa sumingkir?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembeli apakah dapat meningkatkan penjualan jamur tiram di desa sumingkir.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembeli apakah dapat meningkatkan penjualan jamur tiram di desa sumingkir.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian terhadap kepuasan pembeli jamur tiram di desa sumingkir.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini, mencakup dua variabel independen (X) yaitu Harga dan Lokasi, serta satu variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Penelitian ini yaitu penelitian yang menggunakan metode survey. Berdasarkan jenis data yang diteliti, penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh atau di kumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah 45 pembeli dalam jangka waktu bulan Oktober sampai November 2022. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian jamur tiram di desa Sumingkir.

E. Manfaat Peneliti

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini :

1. Bagi Penulis

- a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman penulis mengenai pengaruh harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian jamur tiram di desa Sumingkir
- b. Memberikan wawasan yang luas kepada penulis dalam meningkatkan penjualan dan pengambilan keputusan terhadap situasi yang di hadapi.

2. Bagi pengusaha jamur tiram di desa Sumingkir

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variable-variable yang

dapat mampu menunjang dan meningkatkan penjualan di perusahaan sehingga mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang pemasaran.