

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Gresik merupakan sektor yang berkembang pesat dan berperan penting dalam perekonomian daerah. Kreativitas tinggi pelaku UMKM menghasilkan produk lokal berkualitas yang berpotensi menembus pasar ekspor. Pemerintah Kabupaten Gresik menunjukkan komitmen kuat melalui pendampingan terintegrasi bersama Diskoperindag dan berbagai stakeholder, sehingga mendorong terbentuk banyak pencapaian (Kominfo Gresik, 2022). Dukungan ini menjadi faktor penting bagi UMKM kuliner khas, seperti Sari Kelapa, dalam mempertahankan kualitas dan daya saing produk otak-otak bandeng di tengah persaingan pasar.

Suatu pencapaian tersebut adalah UMKM Sari Kelapa yang berdiri sejak 1969 di Jl. Sindujoyo No. 113, Kebungson, Kemuteran, Gresik. UMKM ini memproduksi otak-otak bandeng dengan resep turun-temurun dari Bapak H. Muta'alim, sehingga memiliki cita rasa khas yang membedakannya dari toko oleh-oleh lainnya. Proses pembuatannya dilakukan dengan mengeluarkan daging ikan tanpa merusak kulit, menggilingnya bersama bumbu khusus, lalu memasukkannya kembali ke kulit ikan (Disparekrafbudpora, 2024). Keunikan rasa dan cara pengolahan ini menjadikan Otak-Otak Bandeng Sari Kelapa sebagai oleh-oleh khas Gresik yang banyak diminati konsumen.

Produk Otak-Otak Bandeng Sari Kelapa memiliki tekstur padat, rasa ikan bandeng yang khas, serta konsistensi rasa gurih yang berpadu dengan rempah alami dan aroma daun pisang saat dipanggang. Produk tersebut memiliki harga jual yang terjangkau, yaitu Rp 34.000,00 untuk ukuran $\frac{1}{2}$ ekor dan Rp 68.000,00 untuk satu ekor sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan volume penjualan. Lokasi penjualan yang strategis, dekat pasar Gresik dan jalur yang ramai dilalui pengendara dari dalam maupun luar kota, menjadi nilai tambah dalam pemasaran. Sikap konsumen yang terdiri dari komponen kognitif, afektif, dan konatif juga berperan penting dalam mempercepat pengambilan keputusan pembelian. Kualitas produk yang terjaga, harga bersaing, lokasi mudah dijangkau, dan sikap positif

konsumen menjadi faktor utama yang mendorong pembelian otak-otak bandeng Sari Kelapa.

Pemilihan variabel produk, harga, tempat, dan sikap konsumen dalam penelitian ini dilatarbelakangi oleh urgensi untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian pada produk khas daerah. Setiap variabel dipilih berdasarkan pertimbangan teoretis dan relevansi empirisnya terhadap konteks penelitian. Pemahaman terhadap variabel-variabel tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perilaku konsumen. Hasilnya diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi strategi pemasaran produk lokal.

Produk menjadi variabel yang diperhitungkan karena kualitas, keunikan, dan konsistensinya berperan sebagai identitas Otak-Otak Bandeng Sari Kelapa. Ciri khas ini tidak hanya membedakan produk dari kompetitor, tetapi juga membentuk persepsi positif di mata konsumen. Produk yang konsisten dalam kualitas mampu menciptakan kepercayaan konsumen. Kepercayaan tersebut dapat meningkatkan peluang terjadinya pembelian berulang.

Harga dipilih karena merupakan faktor yang secara langsung berhubungan dengan daya beli konsumen dan memengaruhi persepsi terhadap nilai produk. Harga yang tepat dapat menjadi stimulus penting dalam mendorong keputusan pembelian. Selain faktor harga, aspek lokasi penjualan juga memiliki peranan penting dalam memengaruhi minat beli konsumen. Faktor ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak hanya ditentukan oleh nilai uang, tetapi juga oleh kemudahan memperoleh produk.

Tempat dipertimbangkan karena lokasi penjualan yang strategis dapat meningkatkan aksesibilitas, kenyamanan, dan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh produk. Faktor ini pada gilirannya dapat memperkuat peluang terjadinya pembelian. Di samping faktor lokasi, persepsi dan perasaan konsumen terhadap produk juga memengaruhi keputusan pembelian.

Sikap Konsumen dinilai relevan karena mencakup dimensi psikologis dan emosional konsumen terhadap produk. Sikap positif yang terbentuk dari pengalaman dan persepsi akan berdampak pada loyalitas, yang secara tidak

langsung memengaruhi keputusan pembelian. Loyalitas yang terjaga akan secara tidak langsung memengaruhi keputusan pembelian di masa mendatang.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan terhadap variabel produk, harga, tempat, dan sikap konsumen dalam kaitannya dengan keputusan pembelian produk Otak-Otak Bandeng di Sari Kelapa Gresik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel tersebut terhadap keputusan pembelian, serta mengidentifikasi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel produk, harga, tempat, dan sikap konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Otak-Otak Bandeng di Sari Kelapa Gresik?
2. Apakah variabel produk, harga, tempat, dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Otak-Otak Bandeng di Sari Kelapa Gresik?
3. Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Otak-Otak Bandeng di Sari Kelapa Gresik?

1.3 Tujuan

Dari rumusan masalah diatas maka didapatkan tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh faktor produk, harga, tempat, dan sikap konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Otak-Otak Bandeng di Sari Kelapa Gresik.

2. Menganalisis dan menguji pengaruh produk, harga, tempat, dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Otak-Otak Bandeng di Sari Kelapa Gresik.
3. Menganalisis dan menguji variabel manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk Otak-Otak Bandeng di Sari Kelapa Gresik.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka hasil yang diharapkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagi perusahaan
Sebagai bahan pertimbangan dalam merancang kebijakan atau tindakan yang akan mendorong konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian produk Otak-Otak Bandeng di Sari Kelapa Gresik.
2. Bagi peneliti
Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan terhadap pengaruh produk, harga, tempat serta sikap konsumen dalam pengambilan keputusan konsumen dan untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember.
3. Bagi pembaca
Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan informasi, menambah wawasan dan mnjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh keputusan pembelian.