

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan perekonomian di Indonesia berdampak pada persaingan dalam dunia usaha yang sangat ketat. Konsumen saat ini lebih mementingkan nilai suatu produk dari pada harga dari produk itu sendiri. Perusahaan yang mengharapkan ketepatan dalam memproduksi produk dan memenuhi keinginan konsumen harus berlomba-lomba untuk memperebutkan hati konsumen. Untuk mendapatkan hati konsumen perusahaan harus menciptakan produk yang kompetitif agar dapat bersaing dengan produk perusahaan lain. Produk yang kompetitif merupakan produk yang paling diminati oleh konsumen yang mengakibatkan banyak perusahaan bersaing untuk menghasilkan *product leader* menurut pandangan konsumen. Konsumen yang bijak adalah konsumen yang memandang produk secara keseluruhan, sehingga *product leader* harus mampu memenuhi harapan sesuai dengan keinginan dan persepsi konsumen sehingga produk harus mempunyai nilai kualitas tinggi agar mampu mempertahankan hati konsumen.

Persepsi merupakan bagaimana seseorang memandang sesuatu secara detail dengan melihat dari segala sisi atau sudut pandang tertentu. Pada konsumen dikenal dengan istilah persepsi konsumen yang merupakan cara pandang konsumen terhadap suatu produk tertentu. Cara pandang setiap konsumen pun berbeda-beda antara satu sama lain. Cara pandang setiap konsumen di pengaruhi oleh rangsangan yang memang sesuai dengan keinginan ataupun harapan konsumen sehingga menimbulkan kriteria-kriteria tertentu terhadap suatu produk. Dunia usaha sendiri saat ini berusaha untuk menciptakan produk sesuai dengan persepsi konsumen dengan menggunakan berbagai strategi yang sesuai dengan perusahaan. Hal ini merupakan perwujudan dari komitmen perusahaan untuk menjadi perusahaan yang unggul dan menghasilkan *produk leader*. Persepsi yang muncul di benak konsumen adalah harapan konsumen yang berusaha dipenuhi oleh perusahaan untuk memperoleh keputusan pembelian berdasar pada sikap konsumen.

Motivasi selalu berhubungan dengan usaha untuk memenuhi kebutuhan yang kita inginkan. Dorongan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan diri ini disebut sebagai motivasi. Dorongan yang timbul akan terus ada dalam diri apabila belum terpenuhi, sehingga perlu adanya pemuasan kebutuhan yang arahnya untuk pemenuhan tujuan. Kebutuhan sendiri muncul karena adanya ketidaknyamanan yang timbul (*state of tension*) antara yang seharusnya dirasakan akan tetapi kejadian yang nyata tidak sesuai apa yang seharusnya dirasakan atau di inginkan.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Prasetijo dan Ihalauw (2005) sikap adalah predisposisi yang dipelajari dalam merespons secara konsisten sesuatu obyek, dalam bentuk suka atau tidak suka (*attitude is a learned predisposition to responds in a consistently favorable or unfavotable manner with respect to a given object*). Konsumen dapat menyatakan perasaan suka atau tidak suka terhadap produk maupun jasa sesuai dengan keputusan konsumen itu sendiri. Sikap konsumen sendiri juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk tertentu. Tidak mudah mengubah sikap seseorang terhadap suatu produk, sehingga sikap juga sering dikatakan resisten terhadap perubahan. Produsen dalam hal ini harus menanamkan sikap positif kepada konsumen terhadap produk, sehingga konsumen tetap pada suatu produk tertentu atau resisten terhadap produk tertentu.

Uceng (*Nemachilus Fasciatus C.V*) merupakan ikan yang mempunyai nilai ekonomis tinggi. Ikan uceng merupakan jenis ikan air tawar yang hidup bebas secara liar di sungai. Ikan uceng merupakan ikan yang habitatnya di alam bebas seperti disungai yang jernih. Ikan uceng merupakan salah satu produk olahan yang digemari oleh masyarakat salah satunya adalah produk uceng krispy. Menurut bapak sukari (pemilik UKM Sukaria babadan wlingi) produk uceng mulai dikenal oleh masyarakat luas pada tahun 1977 yang dikenalkan oleh bapak Sukari. Masyarakat cenderung menyukai ikan uceng yang mempunyai rasa gurih dan tekstur ikan yang bertulang lunak. Pergerakan harga uceng yang semakin mahal akan tetapi minat konsumen pada uceng semakin tinggi menyebabkan banyak orang memproduksi uceng untuk diperdagangkan sehingga perlu adanya penelitian terkait keinginan konsumen pada

produk uceng. Salah satu daerah yang mengalami dampak dari persaingan dunia usaha adalah kabupaten Blitar. Salah satu *product leader* yang ada di Kabupaten Blitar dan jarang dijumpai di daerah lainnya adalah olahan uceng yang pertama kali di kenalkan oleh masyarakat Kabupaten Blitar.

Usaha Kecil Makanan Sukaria di Jl. Cokropati No. 20 desa Babadan kecamatan Wlingi kabupaten Blitar merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner. Salah satu produk yang di jual di Usaha Kecil Makanan Sukaria adalah produk uceng goreng. Tidak menutup kemungkinan adanya permasalahan yang timbul baik dari produsen (Pemilik Usaha Kecil Makanan) dan konsumen di Usaha Kecil Makanan Sukaria. Permasalahan yang sering timbul ialah harga uceng yang semakin mahal, sedangkan permintaan konsumen pada produk uceng cenderung meningkat. Oleh sebab itu ditinjau dari segi permasalahannya perlu adanya penelitian terkait perilaku konsumen pada produk uceng goreng dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linear berganda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang diangkat adalah:

1. Apakah persepsi, motivasi, dan sikap konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk uceng di usaha kecil makanan Sukaria-Babadan-Wlingi Kabupaten Blitar?
2. Apakah persepsi, motivasi, dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk uceng di usaha kecil makanan Sukaria-Babadan-Wlingi Kabupaten Blitar?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk uceng di Usaha Kecil Makanan Sukaria-Babadan-Wlingi Kabupaten Blitar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan menguji terkait persepsi, motivasi, dan sikap konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk uceng di usaha kecil makanan Sukaria-Babadan-Wlingi Kabupaten Blitar.
2. Untuk menganalisis dan menguji terkait persepsi, motivasi, dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk uceng di usaha kecil makanan Sukaria-Babadan-Wlingi Kabupaten Blitar.
3. Untuk menganalisis dan menguji variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk uceng di Usaha Kecil Makanan Sukaria-Babadan-Wlingi Kabupaten Blitar.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan yang telah dikemukakan di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan, diantaranya yaitu:

1. Bagi perusahaan

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan terkait penerapan uji regresi linear berganda untuk mengetahui perilaku pembelian konsumen pada produk uceng sehingga produsen dapat menganalisis keinginan dan kebutuhan masyarakat luas sehingga sesuai dengan harapan konsumen serta dapat dijadikan acuan untuk menjaga resistensi konsumen.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti terkait perilaku konsumen dan wawasan terkait salah satu produk khas kabupaten Blitar yakni produk uceng dengan menerapkan uji regresi linear berganda pada penelitian.

3. Bagi pembaca

Menjadi wadah penyalur informasi dari penulis kepada pembaca kaitannya dengan penelitian berkelanjutan mengenai perilaku konsumen pada produk uceng.