

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan ringan di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Data dari Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa subsektor industri makanan menjadi penyumbang terbesar terhadap PDB industri nonmigas, dengan kontribusi sebesar 6,83% pada tahun 2023. Pertumbuhan konsumsi makanan ringan, termasuk keripik, mencapai angka 8,2% per tahun, mencerminkan pergeseran gaya hidup masyarakat yang semakin praktis dan cepat. Di tengah tren ini, tempe sebagai bahan pangan tradisional Indonesia memiliki potensi besar untuk diolah menjadi produk bernilai jual tinggi seperti keripik tempe. Berdasarkan data Kementerian Pertanian RI, produksi tempe nasional melebihi 7 juta ton per tahun, menjadikannya bahan baku melimpah yang dapat mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang makanan olahan.

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian daerah, termasuk di Kabupaten Lumajang, Jawa Timur, yang memiliki potensi besar dalam pengembangan produk pangan lokal berbasis kedelai, salah satunya keripik tempe. Produk ini tidak hanya mencerminkan kekayaan kuliner tradisional, tetapi juga menjadi sumber penghidupan bagi masyarakat dan pelaku usaha kecil di berbagai kecamatan, seperti Jatiroto dan Sumber Kejayan. Menurut data Dinas Koperasi dan UMKM serta hasil observasi dari beberapa program pengabdian masyarakat, keripik tempe di Lumajang dipasarkan dengan harga rata-rata Rp 7.000 per bungkus dan umumnya diproduksi oleh UMKM skala rumah tangga. UMKM memiliki pasar tetap dan cita rasa khas, UMKM keripik tempe masih menghadapi sejumlah tantangan, keterbatasan dalam strategi pemasaran digital dan desain kemasan yang kurang menarik. Minimnya sertifikasi seperti PIRT dan label halal juga mempersempit peluang produk untuk bersaing di pasar modern.

Tempe merupakan produk pangan tradisional khas Indonesia yang dibuat melalui proses fermentasi kedelai menggunakan jamur *Rhizopus spp.*, terutama *Rhizopus oligosporus*. Fermentasi ini tidak hanya meningkatkan nilai gizi kedelai,

tetapi juga mengubah struktur dan teksturnya menjadi lebih lunak, mudah dicerna, serta menghasilkan rasa khas yang gurih. Tempe telah menjadi bagian integral dari konsumsi harian masyarakat Indonesia selama berabad-abad dan kini juga dikenal secara internasional sebagai sumber protein nabati yang murah, sehat, dan ramah lingkungan. Tempe tidak hanya dikonsumsi dalam bentuk segar, tetapi juga diolah menjadi berbagai produk turunan, salah satunya adalah keripik tempe, yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi dan daya simpan yang lebih panjang. Proses pembuatan keripik tempe umumnya meliputi pemotongan tipis, perendaman dalam bumbu, pengeringan (opsional), dan penggorengan dalam minyak panas. Pengolahan ini menjadikan tempe lebih renyah dan digemari sebagai camilan maupun oleh-oleh khas daerah, termasuk di kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Produksi tempe skala rumah tangga banyak dilakukan oleh UMKM di berbagai daerah Indonesia, termasuk Lumajang, karena proses pembuatannya relatif sederhana dan tidak memerlukan teknologi tinggi. Kualitas tempe sangat dipengaruhi oleh faktor seperti kualitas kedelai, higienitas proses, serta kondisi fermentasi. Inovasi dalam pengolahan dan standarisasi proses sangat penting untuk menjamin kualitas produk olahan seperti keripik tempe, terutama dalam menghadapi persaingan pasar modern.

Keripik tempe lestari merupakan salah satu bentuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) milik ibu Susiani, yang bergerak dalam sektor industri makanan ringan berbasis olahan kedelai, khususnya tempe. Usaha ini didirikan pada tahun 2017 dan berlokasi di Dusun Gladak Serang, Desa Banyuputih Lor, kecamatan Randuagung, kabupaten Lumajang, Provinsi Jawa Timur. Harga dari Keripik Tempe Lestari sendiri bervariasi tergantung berat (Gram) yang dipatok mulai harga 12.000 untuk kemasan 120 Gram dan harga 65.000 untuk kemasan 1000 Gram. Sejak awal berdiri, Keripik tempe lestari telah berfokus pada produksi keripik tempe sebagai produk unggulan yang memadukan kearifan lokal dengan potensi komoditas pangan yang melimpah di wilayah Lumajang. Usaha ini berkembang secara bertahap dari skala rumah tangga menuju UMKM yang lebih mapan, dengan memanfaatkan peralatan produksi sederhana dan tenaga kerja dari lingkungan sekitar.

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran yang secara langsung berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Harga juga menjadi pertimbangan yang penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk, karena usaha keripik tempe lestari mengalami fluktuasi penjualan yang mengakibatkan turunnya pendapatan usaha tersebut. UMKM seperti keripik tempe lestari yang bergerak di sektor makanan ringan tradisional, strategi penetapan harga menjadi krusial karena berkaitan erat dengan kondisi ekonomi konsumen lokal dan persepsi mereka terhadap nilai dari produk yang ditawarkan.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama dalam sektor usaha kecil seperti UMKM makanan ringan. Keripik tempe lestari yang berlokasi di kabupaten Lumajang, kualitas produk menjadi keunggulan bersaing yang sangat menentukan keberlanjutan usaha dan kepuasan pelanggan. Keripik tempe lestari sendiri menjaga dan meningkatkan kualitas bukan hanya soal mempertahankan rasa, tetapi juga berkaitan dengan proses produksi, pemilihan bahan baku tempe yang baik, dan standar pengemasan yang menarik dan aman. Kualitas keripik tempe yang terjaga akan memiliki peluang lebih besar untuk memperluas jangkauan pasarnya, baik secara lokal maupun melalui platform digital.

Promosi merupakan salah satu unsur penting dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, membujuk, dan memengaruhi konsumen agar tertarik dan melakukan pembelian produk. Keripik tempe lestari yang berbasis di kabupaten Lumajang, strategi promosi yang efektif sangat diperlukan untuk meningkatkan visibilitas produk, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis. Keripik tempe lestari yang menjual produk lokal berbahan dasar tempe, Keripik tempe lestari perlu memanfaatkan berbagai media promosi, baik konvensional maupun digital, seperti penggunaan media sosial, pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*), hingga partisipasi dalam pameran lokal. Promosi juga menjadi sarana untuk memberikan nilai tambah bagi konsumen melalui informasi mengenai kualitas, keunggulan produk, harga, hingga ketersediaan produk.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM keripik tempe lestari, perlu dilakukan analisis terhadap faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen . Dengan melakukan survei kepada para konsumen keripik tempe lestari kemudian di analisis menggunakan metode regresi linier berganda menggunakan SPSS. Berdasarkan latar belakang dan uraian fenomena masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Keripik Tempe Lestari Kabupaten Lumajang".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah variabel harga, kualitas produk, promosi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian keripik tempe di UMKM keripik tempe lestari kabupaten Lumajang?
2. Apakah variabel harga, kualitas produk, promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian keripik tempe di UMKM keripik tempe lestari kabupaten Lumajang?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian keripik tempe di UMKM keripik tempe lestari kabupaten Lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian produk keripik tempe pada usaha keripik tempe lestari di kabupaten Lumajang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk keripik tempe pada usaha keripik tempe lestari di Kabupaten Lumajang.

3. Untuk mengidentifikasi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk keripik tempe pada usaha keripik tempe lestari di kabupaten Lumajang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Menambah literatur ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen pada produk makanan tradisional berbasis UMKM.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi perusahaan dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Temuan tersebut juga diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan dalam upaya perbaikan strategi bisnis, khususnya dalam pengembangan produk serta peningkatan volume penjualan di masa mendatang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi dan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas, promosi terhadap keputusan pembelian, menjadi dasar bagi penelitian lanjutan yang ingin mengeksplorasi variabel tambahan seperti loyalitas pelanggan atau citra merek.