

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

UMKM diyakini adalah salah satu kelompok usaha yang bisa bertahan terhadap guncangan perekonomian. UMKM dikatakan sebagai pondasi bagi perekonomian di Indonesia karena tidak dipungkiri, perkembangan UMKM di Indonesia semakin pesat. Semakin meningkat jumlah kelompok UMKM sehingga lapangan pekerjaan terbuka lebar, dan akhirnya masyarakat disumberdayakan dalam berbagai usaha UMKM sehingga mengurangi angka pengangguran, yang diperoleh pendapatan daerah tersebar merata, sehingga perekonomian Indonesia jauh lebih baik dan bertumbuh serta pasar yang ada juga semakin kreatif dan inovatif dan kolaboratif.

Menurut Bashu Swastha (dalam Nasution dkk,2020) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian. Pengaruh harga dapat mempengaruhi penjualan produk UMKM kota medan. Laksana (2019:129) “promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut”. Penjualan juga sangat dipengaruhi oleh promosi produk. Kotler dalam (Melyani,2016) mengatakan “Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (core) produk itu sendiri”. Kualitas produk juga mempengaruhi signifikan terhadap penjualan produk itu sendiri.

Mulyadi (2019) penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau

pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli. Penjualan produk UMKM di kota medan, ternyata dipengaruhi oleh harga, media promosi, kualitas produk. Sehingga dari latar belakang diatas peniliti mengangkat judul “**Analisis Pengaruh Harga, Media Promosi,Dan Kualitas Produk Terhadap Penjualan UMKM Di Kota Medan**”.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Tidak Signifikannya Harga Terhadap Penjualan UMKM dikota Medan
2. Tidak Bagusnya Tata Kelola Media Sosial Terhadap Produk UMKM dikota Medan
3. Kurangnya Kualitas Produk Pada Varian Produk UMKM dikota Medan
4. Terjadi penurunan terhadap penjualan pada produk UMKM yang diduga dikarena pengaruh harga, media promosi, dan kualitas produk UMKM di Kota Medan

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijabarkan diatas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap penjualan UMKM di Kota Medan
2. Bagaimana pengaruh media promosi terhadap penjualan UMKM di Kota Medan
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap penjualan UMKM di Kota Medan
4. Bagaimana pengaruh harga, media promosi dan kualitas produk terhadap penjualan UMKM di Kota Medan

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap produk UMKM di Kota Medan

2. Mengetahui pengaruh media promosi terhadap produk UMKM di Kota Medan
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap produk UMKM di Kota Medan
4. Mengetahui pengaruh harga, media promosi, dan kualitas produk terhadap penjualan produk UMKM di Kota Medan

I.5 Manfaat penelitian

Penelitian ini dimanfaatkan dengan keunggulan sebagai sumber refensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya tentang masalah harga, media promosi, dan keberagaman produk khususnya pelaku UMKM di kota Medan adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademis penilitian ini mampu menambah wawasan tentang pengaruh harga produk, kualitas produk dan media promosi terhadap penjualan UMKM di Kota Medan
2. Bagi pelaku UMKM dengan mengetahui pengaruh harga produk, kualitas produk dan media promosi terhadap penjualan UMKM di Kota Medan diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan penjualan
3. Bagi peneliti sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar strata 1 Manajemen
4. Bagi masyarakat umum sebagai penambah literatur tentang UMKM di Kota Medan

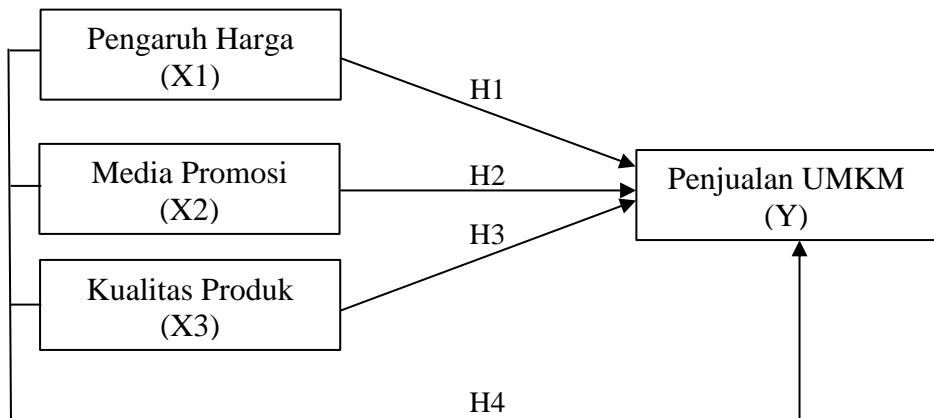
I.6 Teori Penelitian

Menurut Sanapiah Faisal (2019) yang mana ia disini mengemukakan bahwa penelitian yaitu salah satu aktivitas guna menelaah suatu problema dengan menggunakan metode ilmiah secara tertata serta sistematis agar dapat menemukan pengetahuan baru yang bisa diandalkan kebenarannya tenag dunia alam dan sosial.

I.7 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Mirna Sulistyawati, Jumain Mufarihin (2020)	Analisis Pengaruh Harga, Media Promosi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian via Online (Studi Kasis Pada Konsumen Party Partner Online)	Variabel Independen adalah Harga, Media Promosi, Keragaman Produk dan Variabel Dependen adalah Keputusan Pembelian	Harga, Media Promosi, dan keberagaman produk berpengaruh
2	Ana Miftahul Jannah (2019)	Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan menabung Nasabah Bank Syariah	Variabel Independen adalah Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Menabung	Promosi, kualitas produk, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.
3	Rini Astuti , Ikhsan Abdullah (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaiandi Usaha Mikro Kecil Menengah	Variabel Independen adalah Kualitas Produk dan Promosi sedangkan Variabel Dependental adalah Keputusan Pembelian	Kualitas Produk, Promosi pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
4	Fifi Eliah Devi (2021)	Analisi Promosi Online Marketing Pada Penjualan Produk Musae Chips Di Jember	Variabel Independen adalah Promosi dan Variabel Dependentalnya adalah Penjualan	Promosi sangat signifikan terhadap penjualan produk

I.8 Kerangka Konseptual



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

I.9 Hipotesis

- H1 : Harga berpengaruh terhadap penjualan UMKM dikota Medan
- H2 : Media Promosi berpengaruh terhadap penjualan UMKM dikota Medan
- H3 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap penjualan UMKM dikota Medan
- H4 : Harga, Media Promosi, Dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap penjualan UMKM dikota Medan.