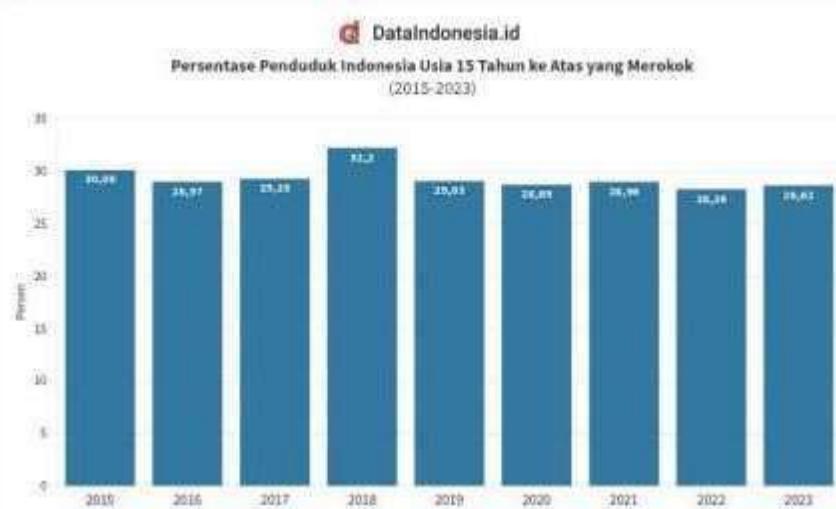


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Inovasi bisnis pada era modern saat ini menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Segala sesuatu dapat diciptakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta mendatangkan keuntungan bagi produsen. Kotak rokok merupakan salah satu bentuk inovasi bisnis yang saat ini masih terus berkembang di masyarakat. Kotak rokok berfungsi sebagai kotak penyimpanan yang dimanfaatkan untuk menyimpan rokok agar lebih aman dan tidak mudah patah saat dibawa kemanapun.



Gambar 1. 1 Data Perokok Indonesia Usia 15 Tahun Keatas (Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat presentase penduduk Indonesia pada usia 15 tahun keatas yang menjadi perokok aktif adalah 28,62% pada tahun 2023,

presentase pada tahun 2023 meningkat sebesar 0,36% jika disbanding tahun 2022. Data ini menunjukkan banyaknya masyarakat Indonesia yang merupakan seorang perokok dan memiliki potensi untuk menjadi target pasar dari produk kotak rokok. Fenomena tersebut dapat terjadi dikarenakan kenaikan tarif cukai yang menyebabkan banyaknya perokok memilih untuk melinting tembakau untuk membuat rokok sendiri, dan menjadikan kotak rokok sebagai kebutuhan. Tarif cukai terakhir dinaikkan pada 2019 (PMK No. 152/PMK.010/2019) dengan rata-rata kenaikan 23%, yang berdampak pada kenaikan harga jual eceran rata-rata 35% (Wahyu Anggraeni, 2024).

Akibat dari fenomena tersebut kotak rokok menjadi salah satu kebutuhan bagi perokok untuk menyimpan rokok hasil lintingan yang akan dikonsumsi tersebut, namun karena luasnya peluang bisnis membuat banyak kompetitor tertarik untuk terjun dalam bisnis tersebut, terdapat pula kotak rokok yang di *import* dari luar negeri oleh kompetitor dengan harga yang sangat terjangkau.



Gambar 1. 2 Produk UMKM Kotak Rokok Jombang (Sumber : Data UMKM Kotak Rokok Jombang, 2024)

UMKM kotak rokok di Jombang merupakan salah satu yang terkena dampak dari fenomena tersebut. UMKM yang didirikan dari tahun 2018 ini memproduksi berbagai macam kotak rokok seperti yang tertera pada gambar 1.2 yang berbahan dasar plastik, hingga kayu. UMKM ini membuat kotak rokok dengan desain gambar yang fleksibel dan memungkinkan pembeli untuk *custom* pesanan mereka sendiri dengan harga yang relative terjangkau. Target pasar dari UMKM ini yaitu para pecinta rokok produksi pabrik maupun rokok tembakau linting. Proses produksi yang dilakukan kebanyakan masih menggunakan tenaga manual dengan memberdayakan masyarakat sekitar.

Tabel 1. 1 Data Penjualan UMKM Kotak Rokok Jombang

Tahun	Target Penjualan (pcs)	Produk Terjual (pcs)
2020	30.000	10.000
2021	30.000	35.000
2022	30.000	30.000
2023	30.000	30.000
2024	30.000	12.000

(Sumber : Data UMKM Kotak Rokok Jombang, 2024)

Kualitas produk merupakan salah satu aspek penting yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap kotak rokok UMKM. Kualitas produk sendiri merupakan salah satu landasan penting yang menjadi pertimbangan bagi pembeli saat akan pembeli suatu produk. Menurut Epilunus (2022) mendefinisikan bahwa kualitas produk merupakan karakteristik-karakteristik kunci

yang menjamin kesesuaian produk dengan tujuan penggunaannya meliputi performansi yang handal, kemampuan untuk menjalankan fungsi utamanya secara efektif dan efisien, serta ketahanan terhadap kerusakan atau kegagalan selama periode penggunaan normal.

Tabel 1. 2 Data Keluhan Negatif Konsumen Mengenai Kualitas Produk UMKM Kotak Rokok Jombang

No.	Tanggal	Sumber	Keluhan Negatif
1.	7-01-2024	WhatsApp Business	Yang bahan PVC agak jelek, catnya terkelupas.
2.	13-02- 2024	WhatsApp Business	Yang kayu konsumen agak takut belinya, soalnya mudah pecah katanya.
3.	9-4-2024	WhatsApp Business	Yang model kayu lebih gampang Pecah
4.	18-10-2024	WhatsApp Business	Catnya mudah banget rusak
5.	29-10-2024	WhatsApp Business	Yang kayu, tutupnya nggak bisa rapat.
6.	31-12-2024	WhatsApp Business	Rusak semua gambarnya yang PVC.

(Sumber : WhatsApp Bisnis Owner UMKM Kotak Rokok, 2024)

Urgensi kualitas produk terhadap keputusan pembelian dinilai cukup tinggi karena kualitas produk menjadi indikator utama yang digunakan konsumen untuk menilai apakah suatu produk layak dibeli atau tidak. Banyak konsumen memberikan komentar negatif mengenai kualitas produk kotak rokok melalui WhatsApp kepada owner, diketahui bahwa pembeli kotak rokok UMKM Jombang sebagian menunjukkan

ketidakpuasan terhadap kualitas produk kotak rokok yang dikirimkan. Para pembeli kebanyakan komplain karena barangnya yang dirasa mudah pecah, serta *finishing cat* yang dianggap mengecewakan, sebagian dari konsumen juga complain mengenai tampilan stiker luar yang tidak sesuai ekspektasi, dan tutup kotak rokok yang kurang rapat. Komplain dari para pembeli tersebut tentu akan berdampak buruk terhadap minat pembelian ulang produk kotak rokok di Jombang, yang dimana pembelian berulang merupakan salah satu indikator dari keputusan pembelian dan akan berdampak kepada menurunnya penjualan produk kotak rokok.

Harga yang terjangkau dan kompetitif juga dapat mendorong adanya keputusan pembelian, dan begitupun sebaliknya. Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakannya. Menurut Sri Tahany (2023) harga adalah sejumlah nilai uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa, atau merupakan imbalan finansial yang dibayarkan atas manfaat yang diperoleh dari kepemilikan atau penggunaan produk maupun layanan tersebut. Harga sering dianggap sebagai nilai relatif dari suatu produk, namun bukan merupakan ukuran yang pasti untuk menunjukkan seberapa besar sumber daya yang digunakan dalam proses produksinya (Sri Tahany, 2023).

Tabel 1. 3 Daftar Harga Produk Kotak Rokok UMKM Jombang

Harga Kotak Rokok	Target (Rp)
Kotak rokok plastik 12 batang	10.000
Kotak rokok PVC 16 batang	12.000
Kotak rokok PVC 20 batang	14.000
Kotak rokok kayu 12 batang	12.000
Kotak rokok kayu 16 batang	15.000
Kotak rokok kayu 20 batang	15.000

(Sumber : Data Harga Produk UMKM, 2024)

Harga memiliki urgensi yang tinggi dalam mempengaruhi keputusan pembelian, karena kebanyakan konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan manfaat produk yang diterima. Banyak produk kotak rokok dari kompetitor menawarkan harga yang terjangkau dengan bahan baku yang lebih berkualitas. Produk kotak rokok dari UMKM di Jombang ini memiliki harga yang cukup bervariasi mulai dari harga termurah Rp. 10.000 hingga paling mahal yaitu Rp. 15.000. Harga tersebut didasarkan pada bahan yang digunakan serta ukuran yang diminta oleh para pembeli. UMKM kotak rokok ini menyediakan kotak rokok dengan bahan yang beraneka ragam mulai dari plastik, PVC, hingga kayu dengan ukuran yang cukup beragam mulai dari ukuran atau kapasitas terkecil yaitu 12 batang hingga terbesar ada di ukuran 20 batang. *Custom* gambar yang akan digunakan, tidak dikenakan biaya sedikitpun. Pembeli berhak untuk *custom* kotak rokok sesuai keinginan mereka

masing-masing, harapannya agar pembeli semakin puas dengan produk serta pelayanan dari UMKM tersebut.

Inovasi produk memegang peranan penting dalam menjaga kelangsungan dan daya saing suatu bisnis. Inovasi produk dapat berupa produk yang dipersepsikan baru oleh konsumen. inovasi merupakan upaya perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, yang menuntut kemampuan untuk menciptakan ide dan konsep baru, menghadirkan produk yang inovatif, serta meningkatkan kualitas layanan demi memenuhi ekspektasi pelanggan (Esa Cahya Purnomo, 2025). Proses inovasi berujung pada peluncuran produk baru, dan jenis produk tersebut terkait dengan tujuan strategis yang ingin dicapai oleh perusahaan. Penjualan terpantau tetap menurun, karena banyak pembeli yang berpendapat bahwa inovasi produk yang dikeluarkan oleh UMKM Kotak rokok ini sedikit kurang menarik, karena hal tersebut maka pembeli cenderung tetap memilih model produk lama, dengan kapasitas pembelian yang sama yang kian tahun semakin menurun.



Gambar 1. 3 Inovasi Produk dan Harga Kompetitor Kotak Rokok (Sumber : Aplikasi Shopee, 2024)

Inovasi produk memiliki urgensi yang tinggi dalam mempengaruhi keputusan pembelian karena inovasi produk menjadi strategi untuk menciptakan keunggulan kompetitif serta meningkatkan daya tarik produk dimata konsumen. UMKM Kotak Rokok Jombang mengeluarkan produk dengan model baru sebagai wujud dari inovasi produk dengan harapan dapat membantu menaikkan penjualan dari UMKM tersebut, namun peningkatan penjualan dan antusiasme pembeli hanya sekejab pada awal-awal masa *launching* dan inovasi produk kompetitor terlihat lebih modern serta lebih menyesuaikan dengan selera masa kini dibandingkan dengan inovasi produk yang ditawarkan oleh UMKM Kotak Rokok Jombang. Sebagian dari kompetitor menawarkan harga yang sedikit lebih tinggi, namun bahan yang mereka gunakan jauh lebih berkualitas dan model yang ditawarkan terkesan lebih elegan.

Menurut Laurensius (2020) keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen akhirnya merealisasikan pembelian tersebut. Keputusan pembelian sangat berpengaruh terhadap naik turunnya jumlah penjualan suatu produk. Berdasarkan pendapat Idzar (2023), keputusan pembelian merupakan bagian dari tahapan proses pengambilan keputusan konsumen, dimana mereka secara langsung menetapkan pilihan untuk melakukan pembelian. Urgensi keputusan pembelian terletak pada perannya sebagai tahap krusial dimana konsumen memutuskan apakah akan membeli suatu produk atau tidak, dan hal tersebut sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu bisnis. Semakin tinggi angka keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen kotak rokok yang diproduksi oleh

UMKM di Jombang, maka akan berdampak pada kenaikan penjualan produk kotak rokok, dan begitupun sebaliknya.

UMKM kotak rokok ini merupakan salah satu sektor usaha kecil yang sedang berkembang di Kota Jombang. Persaingan pasar yang semakin ketat dan banyaknya produk kotak rokok yang beredar dipasaran membuat UMKM kotak rokok ini menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing kualitas, daya saing harga, serta meningkatkan inovasi produk yang disesuaikan dengan selera dan kebutuhan konsumen secara tepat. Terbatasnya penelitian akademik mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk kotak rokok buatan UMKM lokal membuat penelitian ini penting untuk dilakukan untuk memberikan gambaran ilmiah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan bagaimana solusi agar UMKM kotak rokok yang berada di wilayah Kota Jombang, serta UMKM yang memproduksi kotak rokok di kota-kota lain dapat bertahan dan berkembang ditengah persaingan pasar.

Berdasarkan dari uraian diatas maka peneliti tertarik serta memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kotak Rokok Jombang”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk

UMKM kotak rokok Jombang?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM kotak rokok Jombang?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM kotak rokok Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini, antara lain yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk UMKM kotak rokok di Jombang.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk UMKM kotak rokok di Jombang.
3. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk UMKM kotak rokok di Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Universitas

Diharapkan dapat menjadi acuan referensi untuk pengembangan ilmu dalam penelitian selanjutnya.

2. Bagi UMKM Kotak Rokok di Jombang

Diharapkan dapat membantu UMKM agar mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, dan dapat meningkatkan penjualan.

3. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti.