

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara produk terhadap tingkat penjualan seperti penelitian yang dilakukan oleh Hattah et al., (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ratnaningrum, 2018) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap volume penjualan. Adanya *Gap* ini akan menimbulkan pertanyaan baru bagaimana sesungguhnya peran pengaruh kualitas produk ini.

Sektor pertanian memegang peran strategis dalam pembangunan perekonomian nasional dan patut menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi karena sektor pertanian menjadi tumpuan hidup bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Sektor pertanian berperan penting dalam menyediakan bahan pangan, sebagai pemasok bahan pangan, serta meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya petani. Sementara itu, ketahanan pangan merupakan prasyarat utama bagi tercapainya ketahanan ekonomi maupun ketahanan politik, sehingga peningkatan produksi pangan untuk dapat mewujudkan pemulihan ekonomi dan mempertahankan swasembada merupakan upaya strategis untuk memantapkan ketahanan pangan sekaligus ketahanan nasional (Irany et al., 2020).

Jagung, merupakan salah satu komoditi yang layak dikembangkan untuk membangun ketahanan pangan nasional. Jagung merupakan makanan pokok setelah beras yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia. Jagung

mempunyai kandungan gizi seperti lemak dan protein lebih tinggi dibanding beras. Jagung juga mengandung fosfor, kalsium, bahkan zat besi jagung lebih tinggi jumlahnya dibanding beras (Inayah et al., 2020).

Beberapa tahun terakhir kebutuhan jagung di dalam negeri terus meningkat. Saat ini juga berkembang produk bahan pangan dari jagung dalam bentuk tepung jagung di kalangan masyarakat. Produk tersebut banyak dijadikan bahan baku pembuatan produk pangan. Tanaman jagung memiliki potensi usahatani di Kabupaten Klaten. Selain sebagai komoditas pertanian yang kedua diutamakan setelah padi, jagung juga termasuk tanaman palawija yang mempunyai produksi paling tinggi diantara tanaman palawija yang lain (Putri, 2011).

Salah satu kabupaten yang mempunyai potensi untuk menjadi lumbung pangan bagi Indonesia dan khususnya provinsi Jawa Tengah adalah kabupaten Klaten. Pada 2015 Suratman mengatakan pihaknya sudah lama melakukan riset untuk menjadikan Klaten ini sebagai lumbung pangan nasional. Dia menambahkan produksi padi di Klaten telah berkontribusi signifikan untuk kebutuhan nasional. Luas lahan pertanian di Klaten sebesar 34.000 hektare. Dari total lahan tersebut, sebesar 28.000 hektare merupakan lahan untuk padi. Sedangkan sisanya merupakan lahan kering untuk tanaman palawija dan sayur-sayuran (Fadila, 2015).

Sebagai daerah dengan pertanian sebagai salah satu sektor unggulan, kabupaten Klaten tentu saja mendapatkan perhatian dari pemerintah mengenai daerah yang berpotensi membantu ketahanan pangan nasional. Selain padi tanaman jagung juga melimpah di kabupaten Klaten. Jagung sendiri dapat

dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai pengganti beras. Perlu diketahui bahwa nasi adalah makanan utama masyarakat Indonesia. Menurut artikel yang ditulis oleh Setya, (2022) Indonesia menempati urutan ke 3 negara dengan nasi terbanyak didunia. Ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap nasi membuat pemerintah harus melakukan diversifikasi pangan.

Namun kualitas produk dari beras jagung ini pastinya juga membuat konsumen mempertimbangkannya. Tak bisa dipungkiri bahwa kualitas produk adalah hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan berdampak pada tingkat penjualan produk.

Menurut Kotler & Keller, (2006) produk diartikan sebagai sekumpulan atribut berupa fitur, fungsi, manfaat, dan penggunaan yang digunakan untuk memberikan kepuasan konsumen. Dalam kerangka perilaku konsumen, produk merupakan salah satu indikator dalam melakukan pencarian, pembelian, penggunaan, dan evaluasi produk (Schriffman & Kanuk 2004). Bauran produk merupakan upaya melakukan diferensiasi pemasaran produk di mata konsumen untuk memudahkan konsumen mengenali produk yang dipasarkan perusahaan baik secara offline ataupun online (Utami & Firdaus, 2018).

Untuk produk beras sendiri saat ini sudah sangat beragam dimana berbagai jenis beras dengan merk-merk tertentu sudah banyak bertebaran di berbagai toko atau swalayan. Tentunya hal ini merupakan akibat dari banyaknya produsen beras yang tersebar di seluruh Indonesia. Kualitas produk tentunya menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih merek yang ada untuk mereka konsumsi. Konsumen akan bersikap lebih selektif dalam memilih produk yang

akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek yang melekat pada produk, mulai dari tahap pembelian sampai pada tahap pasca pembelian. Konsumen terkadang tidak ragu untuk mengeluarkan biaya yang lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas.

Selain produk, hal lain yang membuat konsumen dapat terikat pada produk adalah promosi yang dipakai perusahaan. Dalam mengembangkan usaha, promosi merupakan salah satu senjata yang paling ampuh bagi bagian penjualan dan pemasaran. Kegiatan promosi berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Hamidah et al., 2021).

Menurut Budiono, (2020) Suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan di atas, maka setiap usaha baik yang bergerak di bidang industri, perdagangan, maupun jasa harus dapat mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki agar dapat memperluas usahanya, mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya serta untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Setiap perusahaan harus dapat menjalankan secara teratur strategi pemasarannya (Sudiyanto &

Rismansyah, 2019), karena dengan begitu perusahaan akan dapat meningkatkan hasil penjualannya.

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa pertimbangan konsumen terhadap suatu produk memang banyak salah satunya adalah kualitas produk dan juga promosi yang dapat mempengaruhi psikologi konsumen. Setiap perusahaan harus dapat menjalankan secara teratur strategi pemasarannya karena dengan begitu perusahaan akan dapat meningkatkan hasil penjualannya dan perusahaan juga harus mengetahui fakta di lapangan bagaimana konsumen supaya tertarik dengan produknya (Sopiana, 2021).

Dari berbagai latar belakang yang telah dijelaskan diatas peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “ANALISIS STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BERAS JAGUNG (Studi pada masyarakat Kabupaten Klaten yang pernah membeli beras jagung)”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan ?
2. Apakah kualitas produk beras jagung berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis apakah strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.

2. Untuk menganalisis apakah kualitas produk beras jagung berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat dicapai dengan adanya penelitian ini adalah :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta menambah pengetahuan dalam bidang akademik serta dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dengan topik yang sama yaitu tentang seberapa besar pengaruh strategi promosi dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan.

##### **2. Manfaat Praktis**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini semoga dapat memberikan informasi sebagai bahan evaluasi kepada para produsen beras jagung untuk meningkatkan daya tariknya terhadap pelanggan utamanya dalam strategi pemasarannya sehingga dapat menambah laba perusahaan.

##### **3. Manfaat Empiris**

Dapat memberikan wawasan kepada masyarakat khususnya masyarakat yang ada di Kabupaten Klaten Jawa Tengah mengenai produk beras jagung. Dengan adanya wawasan ini dapat membantu masyarakat dalam mempertimbangkan untuk mengkonsumsi beras jagung.