

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi yang semakin canggih menjadi salah satu pendorong berkembangnya dunia industri saat ini. Presiden RI Joko Widodo pada Inacraft 2017 menyampaikan bahwa tidak hanya industri jasa dan industri manufaktur yang tumbuh, namun industri kerajinan atau industri kreatif juga tumbuh sangat cepat, bahwa industri kreatif merupakan salah satu industri yang memegang peranan penting. berperan menunjang perekonomian Indonesia seiring dengan meningkatnya total ekspor produk kerajinan dan industri kreatif yang mencapai Rp 852 triliun, angka yang tidak sedikit. (<http://presidenri.go.id>).

Dalam kehidupan di dunia ini kreativitas sangatlah penting karena dapat menciptakan hal-hal baru dan kreativitas merupakan anugerah yang sangat berarti dalam kehidupan manusia. Kreativitas tidak hanya bergantung pada keberuntungan tetapi juga pada kerja keras. Bagi orang kreatif, kegagalan hanyalah penghambat kesuksesan, oleh karena itu orang kreatif akan terus berusaha hingga berhasil. Kreativitas memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan kemenangan dalam persaingan bisnis. Seperti halnya pasar global yang kita kenal, tidak hanya menimbulkan persaingan yang ketat, namun juga ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi yang disebut dengan persaingan

sempurna. Mendorong pelaku usaha untuk berinovasi dan menciptakan produk berkualitas berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru untuk memecahkan masalah ketika dihadapkan pada peluang. Setiap pelaku bisnis harus kreatif dalam produk yang dijualnya. Kreativitas produk mempunyai kemampuan untuk mengembangkan dan menggabungkan ide-ide baru dari ide pelanggan yang sudah ada sehingga membentuk kreativitas produk yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif. Inovasi produk akan menciptakan produk baru, produk baru tersebut akan mendapat respon dari konsumen ketika diperkenalkan dan dengan demikian akan mempengaruhi kemampuan untuk unggul dalam persaingan Noviani, (2020:2077). Peneliti mengadakan pra survey mengenai kreativitas di UMKM Habibi Cetakan, berikut hasil pra survey :

Tabel 1

Pra Survey Kreativitas UMKM Habibi Cetakan

NO	PERTANYAAN	SETUJU	TIDAK
1	Produk UMKM Habibi rancangan sesuai dengan kualitas	10 77,7%	5 33,3%
2	Produk UMKM Habibi selalu mengikuti perkembangan	4 26,7%	11 73,3%
3	Setiap bulan Produk UMKM Habibi berubah design	5 33,3%	10 66,7%
4.	Produk UMKM Habibi dijamin kualitas produknya	6 40%	9 60%
5	Design dan hasil cetakan UMKM Habibi sesuai dengan harapan saya	5 33,3%	10 66,7%

Sumber : Pra Survey, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui permasalahan kreativitas, dimana 77,3% responden menyatakan Produk UMKM Habibi tidak selalu mengikuti perkembangan, 66,7% responden menyatakan Produk UMKM Habibi tidak berubah design. Kemudian 60% responden menyatakan produk UMKM Habibi tidak dijamin kualitas produknya.

Selain kreativitas peneliti juga memilih variabel mutu produk dalam penelitiannya. Mutu produk memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan pembelian karena kualitas produk berarti perusahaan menawarkan produk dengan nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan produk pesaing tentunya. Untuk itu perusahaan harus fokus pada kualitas produk dan membandingkan produk kita dengan produk kompetitor. Penting untuk diingat bahwa suatu produk dengan tampilan terindah belum tentu merupakan produk dengan kualitas menarik, jika tampilannya tidak memenuhi kriteria yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Oleh karena itu, produk-produk yang ada di pasaran perlu lebih kreatif, sekaligus menambahkan keragaman yang menarik berdasarkan kebutuhan konsumen dan pasar. Faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk antara lain selalu inovatif dan menciptakan produk yang berkualitas sehingga konsumen loyal terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan Supriyadi et al., (2017:100)

Mutu produk akan menentukan *feedback* konsumen baik atau tidak. Karena selain harga, konsumen akan sangat tertarik dengan kualitas produk yang ingin dibelinya. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus melakukan

proses produksi dengan baik dan tentunya menyeluruh agar mendapat *feedback* positif dari konsumen ketika hasil produksinya dilepas ke pasar. Meskipun setiap manajer di setiap organisasi harus mempelajari lingkungan eksternal, tanggung jawab untuk mengidentifikasi perusahaan- perusahaan penting di pasar terletak pada aktivitas pemasaran perusahaan. Peneliti mengadakan pra survey mengenai mutu produk UMKM Habibi Cetakan, berikut hasil pra survey :

Tabel 2

Pra Survey Mutu Produk UMKM Habibi Cetakan

NO	PERTANYAAN	SETUJU	TIDAK
1	Produk UMKM Habibi, mempunyai variasi produk yang lengkap	5 33,3%	10 77,7%
2	Produk UMKM Habibi sangat kuat	6 40%	9 60%
3	Saya merasa produk UMKM Habibi sangat bagus	5 33,3%	10 66,7%
4.	Design produk UMKM Habibi berbeda dari yang lain	6 40%	9 60%

Sumber : Pra Survey, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui permasalahan mutu produk, dimana 77,7% responden menyatakan Produk UMKM Habibi tidak mempunyai variasi produk yang lengkap, 60% responden menyatakan Produk UMKM Habibi tidak kuat. Kemudian 66,7% responden menyatakan produk UMKM Habibi kurang bagus.

Menurut Siagian P. Sondang ((2017:67)) bahwa: “Kemampuan manajerial adalah kemampuan untuk mengelola usaha seperti perencanaan, pengorganisasian, pemberian pangsa pasar, pengawasan dan penilaian.

Dari penjelasan di atas tentang kreativitas dan mutu produk terhadap penjualan, keduanya memiliki peran penting dalam persaingan bisnis antar perusahaan, akibatnya perusahaan dituntut untuk berkreasi pada produk yang diproduksi dalam perusahaan tersebut dengan mengandalkan kreativitas dalam membuat ide-ide baru yang menarik dan menciptakan produk yang berkualitas sesuai dengan kriteria yang di inginkan oleh pelanggan. Karena sebuah perusahaan tidak akan bertahan lama apabila pelaku usahanya tidak memiliki kreativitas dan mutu pada produknya, tentu kreativitas dalam bisnis akan dilakukan juga oleh perusahaan lain dan persaingan bisnis antar perusahaan tidak akan pernah berhenti. Sebab itu, sebagai seorang *entrepreneur* selalu kreatif setiap situasi yang ada dan berani menjawab semua tantangan dengan cara mereka sendiri. Yaitu dengan menghadapi persaingan bisnis dengan baik dan teliti agar perusahaan terus ada dalam siklus persaingan dan berperan aktif didalamnya. Dalam situasi ini juga perusahaan harus membuat strategi yang mampu memuaskan konsumen dengan meningkatkan mutu produknya.

Seperti UMKM yaitu suatu usaha yang masuk kedalam industri kecil dengan berbagai produk baik itu makanan, minuman sampai kerajinan, dengan dilakukan oleh rumah tangga atau perorangan dalam proses memanfaatkan bahan mentah agar bisa menjadi barang jadi atau menjadi barang yang bernilai jual. Salah satu usaha yang banyak diminati oleh para UMKM juga yaitu cetakan kue, cetakan kue merupakan benda yang berbahan aluminium dan stainless steel. Kenapa ada dua bahan, karena

setiap cetakan banyak jenisnya dan berbeda-beda bentuknya maka setiap cetakan juga berbeda dari segi bahan disetiap jenis dan bentuk cetakannya. Bisnis cetakan merupakan peluang bisnis yang terbilang sangat luas, yang dimana menyebabkan banyak badan usaha yang ada didalamnya. Bila dilihat dari segi tujuan, badan usaha selalu bertujuan mencari laba. Sedangkan perusahaan tujuannya ialah berproduksi, sebagaimana didefinisikan, perusahaan ialah suatu kesatuan organisasi yang mengorganisir faktor-faktor produksi dengan tujuan berproduksi. Badan usaha mempunyai perusahaan sebagai alatnya untuk memperoleh laba, sedangkan perusahaan tidak perlu selalu punya badan usaha secara terpisah. Dari segi tempat kediaman dapat dilihat bahwa tempat kedudukan badan usaha mementingkan segi yuridis, dan tempat kediaman perusahaan mementingkan segi ekonomis.

Teknologi informasi khususnya internet sangat mempengaruhi dunia penjualan, bahkan untuk saat ini pemanfaatan internet untuk penjualan dianggap sebagai *trend setter*. Semakin tingginya penggunaan internet berbanding lurus dengan pemanfaatannya di dunia penjualan sehingga dikatakan bahwa penjualan online mulai populer sejalan dengan makin populernya penggunaan internet Chikmawati et al., (2020:3). Oleh karena itu penjualan melalui facebook bagi UMKM Habibi Cetakan sangat penting untuk dilaksanakan sekarang dan untuk masa yang akan datang, Dengan demikian kelompok usaha cetakan kue mampu bertahan dan berkembang di era industri. Peneliti mengadakan pra survey mengenai penjualan UMKM

Habibi Cetakan, berikut hasil pra survey :

Tabel 3

Pra Survey Penjualan UMKM Habibi Cetakan

NO	PERTANYAAN	SETUJU	TIDAK
1	Produk UMKM Habibi kurang laris	6 40%	9 60%
2	Banyak keuntungan membeli produk UMKM Habibi	5 33,3%	10 66,7%
3	Kualitas Produk UMKM Habibi sangat baik sehingga UMKM habibi semakin besar	5 33,3%	10 66,7%

Sumber : Pra Survey, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui permasalahan penjualan, dimana 60% responden menyatakan Produk UMKM Habibi kurang laris, 66,7% responden menyatakan tidak ada keuntungan membeli produk UMKM Habibi. Kemudian 66,7% responden menyatakan kualitas produk UMKM Habibi kurang baik.

Terlepas dari banyaknya jenis cetakan kue dengan bahan yang berbeda, akan tetapi kualitas produk tetap terjaga. Mutu dari kualitas inilah yang menjadikan sebuah produk banyak diminati oleh konsumen. Karena setiap bahan mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Dengan begitu, perusahaan harus terus fokus terhadap pelaksanaan produksi dengan baik dan benar demi terciptanya aktivitas bisnis yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan badan usaha yang memang merupakan konsumen dari perusahaan.

Perusahaan yang saya jadikan objek dalam penelitian adalah UMKM Habibi Cetakan, merupakan UMKM yang bergerak dibidang produksi

cetakan kue. UMKM Habibi Cetakan memproduksi bahan mentah menjadi barang jadi yang bernilai jual, hasil produksi cetakan kue ini akan dijual kepada konsumen atau toko toko yang memang menjual belikan produk produk cetakan. Oleh karena itu, agar perusahaan mempunyai hubungan jual beli yang baik dengan perusahaan lain, perusahaan dituntut untuk selalu konsisten menjaga kualitas untuk tetap diminati serta perusahaan memiliki pemasaran yang bagus.

Berdasarkan uraian diatas, keadaan pasar yang selalu dinamis menuntut perusahaan melakukan proses produksinya dengan baik agar menghasilnya produk dengan kualitas tinggi serta kebijakan harga yang sesuai. Maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“PENGARUH KREATIVITAS DAN MUTU PRODUK TERHADAP PENJUALAN (STUDI KASUS UMKM HABIBI CETAKAN)”**

B. Identifikasi masalah

Permasalahan yang penulis ajukan ini dapat didefinisikan permasalahannya sebagai berikut:

1. Diperlukan pemahaman yang lebih baik tentang kreativitas agar penjualan produk cetakan kue lebih tinggi.
2. Diperlukan peningkatan mutu produk agar penjualan produk cetakan kue lebih tinggi.
3. Diperlukan peningkatan kreativitas dan mutu produk secara bersamaan agar penjualan produk cetakan kue lebih tinggi.

4. Diperlukan peningkatan yang lebih baik tentang kreativitas dan mutu produk secara bersamaan agar penjualan produk cetakan kue lebih tinggi.
5. Belum ada gambaran yang jelas tentang bagaimana kreativitas berkontribusi pada peningkatan mutu produk, dan bagaimana hubungan antara mutu produk yang lebih baik dan peningkatan penjualan terjadi.
6. Bagaimana dampak kreativitas produk terhadap penjualan.
7. Bagaimana dampak mutu produk terhadap penjualan.

C. Batasan Masalah

Dengan banyaknya variabel yang dapat ditemukan dalam penelitian ini, oleh sebab itu penelitian ini difokuskan pada kreativitas dan mutu produk terhadap penjualan produk cetakan kue pada UMKM HabibiCetakan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap penjualan produk cetakan kue di UMKM Habibi cetakan?
2. Bagaimana pengaruh mutu produk terhadap penjualan produk cetakan kue di UMKM Habibi cetakan?
3. Bagaimana pengaruh kreativitas dan mutu produk terhadap penjualan produk cetakan kue di UMKM Habibi cetakan?

E. Tujuan Penelitian

Ditinjau dari rumusan masalah yang telah disusun diatas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap penjualan produk cetakan kue pada Habibi cetakan.
2. Untuk mengetahui pengaruh mutu produk terhadap penjualan produk cetakan kue pada Habibi cetakan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan mutu produk terhadap penjualan produk cetakan kue pada Habibi cetakan.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberdayakan teori tentang kreativitas dan mutu produk, khususnya pada penjualan produk cetakan kue.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan evaluasi proses produksi dalam menentukan strategi untuk menciptakan kreativitas dan mutu produk dalam suatu produk dan mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen dalam penjualan produk cetakan kue.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dan mengetahui alur penelitian skripsi ini maka akan

diberikan gambaran mengenai isi skripsi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang, identifikasi Masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan landasan teori yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian seperti kreativitas, mutu produk dan penjualan, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian, Lokasi penelitian, variabel penelitian dan operasional, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, metode analisis data, instrumen penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Menerangkan tentang isi dari penelitian mengenai Kreativitas, dan Mutu Produk terhadap Penjualan.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Menerangkan hasil kesimpulan dari pembahasan dan memberikansaran bagi perusahaan.