

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Suatu perusahaan berhasil jika laba yang diperoleh besar atau lebih tepatnya memperoleh laba atau keuntungan. Walaupun laba bukan yang utama yang dinilai dari keberhasilan perusahaan dalam berbisnis atau usaha, dan laba adalah tujuan utama dalam berbisnis atau memulai usaha, apabila dalam perusahaan, bisnis, dan usaha mengalami penurunan laba atau lama malah tidak menjadi stabil, maka perusahaan akan lambat dalam beroperasi dan akan kesulitan mengoperasikan atau mempertahankan usahanya. Dalam mengelola bisnis atau usaha, keberhasilan seseorang pebisnis atau wirausaha terletak pada sikap dan kemampuan untuk berusaha, serta seorang wirausaha dituntut memiliki semangat kerja yang tinggi. Adapun semangat kerja dan etos kerja tinggi seorang pebisnis atau wirausaha dituntut untuk selalu mempunyai sikap kreatif dan percaya diri terhadap kemampuannya dalam memajukan usahanya. Seorang pebisnis atau wirausaha yang memiliki sikap kreatif dapat menciptakan hal-hal yang baru dalam mengembangkan usaha atau bisnisnya. Pemikiran atau sikap kreatif berhubungan secara langsung dengan penambahan nilai, penciptaan nilai, serta menemukan peluang bisnis yang baru.¹

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah merupakan sebuah ilmu, seni, dan keterampilan dalam mengelola keterbatasan sumber daya, informasi, dan dana seseorang dalam mempertahankan kehidupan, mencari nafkah, ataupun meraih harapan dalam suatu karir. Oleh karena itu, kewirausahaan merupakan gambaran pengusaha tentang kemampuan dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dipunyai secara ekonomis (efektif dan efisien) dari tingkat produktifitas yang rendah ke tingkat produktifitas yang lebih tinggi. Dalam berwirausaha seseorang dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam hal

¹ Rusdiana, *KEWIRAUSAHAAN Teori dan Praktik*, (Bandung: PUSTAKA SETIA, 2018), hlm. 94-95

memproduksi produk sehingga tercipta produk barang atau jasa yang baik.²

Kretivitas adalah kemampuan menemukan gagasan, ide, cara, sebuah yang baru dalam pemecahan masalah dan menmukan peluang, cara atau pemanfaatan menemukan peluang. Kreativitas memang bukan sesuatu yang harus di batasi. Dalam mengelola usaha, keberhasilan seorang wirausaha terletak pada sikap dan kemampuan berusaha, serta memiliki semangat kerja yang tinggi. Adapun semangat kerja atau etos kerja yang tinggi seorang wirausaha terletak pada kretifitas dan rasa percaya diri yang tinggi pada diri sendiri untuk memajukan usahanya dalam berwirausaha. Seorang wirausaha yang sangat kretaif dapat menciptakan hal-hal yang baru dalam memajukan atau mengembangkan usahanya. Pemikiran keratif berhubungan secara langsung dengan penambahan nilai, penciptaan nilai, serta penemuan peluang dalam berbisnis. Namun, akan lebih bijak bila dapat memahami cara mengelola kreativitasmenjadi relevandan tepat untuk di berikan kepada konsumen.³

Inovasi merupakan sesuatu hal yang baru, misalnya ide yang baru, teori yang baru, hipotesis baru, sebuah gaya penulisan yang baru, atau sebuah metode yang baru dalam sebuah organisasi. Inovasi didefinisikan sebagai kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang memberikan nilai tambah dan dapat diimplementasikan atas sumber daya yang telah diperoleh. Inovasi adalah sebuah proses melakukan hal-hal atau pengembangan kreatifitas. Hal yang lebih penting, seorang wirausahawan harus memiliki keberanian untuk memberikan sebuah ide tau gagasan melalui tahapan pengembangan. Dengan kata demikian inovasi adalah sebuah kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang baik serta keteguhan dan dedikasi untuk terus mempertahankan konsep melalui implementasi. Termasuk dalam ekonomi atau dalam berwirausaha yaitu seorang wirausaha menciptakan hal baru atau produk baru pada

² Bahri, *Pengantar Kewirausahaan* (Jakarta: Qiara Media, 2018), 1.

³ Sanawiri Brilllyanes, *Kewirausahaan* (Malang: UB Press, 2018),

usahanya.⁴

Untuk menciptakan produk selain kreativitas dan inovasi ada pula yang harus diperhatikan yaitu tentang kualitas, kualitas adalah ukuran atau nilai seberapa dekat suatu barang dan jasa sesuai dengan standar tertentu yang telah ditentukan. Standar mungkin berkaitan dengan waktu, nilai, bahan, kinerja, keandalan atau kekuatan barang yang dapat dikuantifikasikan. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk mereka agar tercipta kepuasan yang lebih kepada pelanggan. Kualitas sangat berhubungan dengan kepuasan pelanggan yang dapat memengaruhi penjualan suatu produk atau jasa.⁵

Konsumen atau pelanggan mulai berminat atau tertarik terhadap suatu produk atau jasa sehingga terdorong dan ingin mencari informasi lebih mengenai produk atau jasa tersebut. Kreativitas dan inovasi berhubungan sangat erat dengan terciptanya produk atau jasa yang baru atau pengembangan terhadap produk yang sudah ada sehingga menjadikan seseorang mempunyai keinginan dan mencoba produk atau jasa tersebut dan juga kualitas adalah sesuatu yang harus diperhatikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan konsumen mau membeli.

Minat beli menurut Schiffan dan Kanuk adalah pernyataan, keinginan, maksud konsumen atau pelanggan untuk membeli atau menikmati produk barang atau jasa. Skala maksud atau keinginan membeli adalah digunakan untuk mengukur atau menilai kemungkinan konsumen untuk membeli dan menikmati produk barang atau jasa dan atau berperilaku menurut cara tertentu yang dilakukan konsumen atau pelanggan. Untuk mengukur minat beli adalah dengan kemungkinan konsumen membeli produk tersebut.⁶

⁴ Dwi Riyanti Benedicta Prihatin, *Kreativitas Dan Inovasi Di Tempat Kerja* (Jakarta: Grafindo, 2019), 76.

⁵ Madura Jeff, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 302-303.

⁶ Heru Santoso, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Nokia Lumia 520 Di Surabaya: Jurnal Ilmu Manajemen, 2, no. 2 (2014): 566.

Dalam penelitian yang dilakukan Bayu dan Sri Setyo menemukan bahwa variabel inovasi sangat berpengaruh dalam minat beli konsumen, inovasi menjadi pertimbangan sangat penting dalam menentukan minat beli.⁷

Begitu juga dalam penelitian yang dilakukan Bunga dan Hermansyur menemukan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dimana konsumen cenderung menyukai produk baru.⁸

Demikian juga penelitian yang dilakukan Heru dan Yoyok menemukan bahwa variabel kualitas memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kata lain konsumen sangat memperhatikan segi kualitas suatu produk, karena dalam kualitas konsumen akan berminat membeli suatu produk tersebut dan apabila produk tersebut sangat baik pasti konsumen akan sangat berminat untuk membeli produk tersebut.⁹

Buah Parijoto adalah buah yang memiliki banyak khasiat diantaranya meningkatkan kesuburan, mengurangi penyakit tekanan jantung, menjaga kesehatan ibu hamil, obat penyakit asma dll. Dan ada sebuah mitos di katakan bahwa mengkonsumsi buah parijoto pada ibu hamil di percaya bisa membuat anaknya cantik bagi bayinya perempuan, ganteng bagi bayi laki-laki dan juga mitosnya membuat anak menjadi sholeh dan sholehah. Di kawasan sekitar makam sunan muria banyak di temukan para penjual buah parijoto di sepanjang jalan menuju makam sunan muria.

Buah parijoto yang memiliki banyak khasiat dan mitos itu menjadikan banyak orang yang sering membeli buah itu ketika sedang berziarah ke makam sunan muria, menjadikan buah parijoto sebagai oleh-oleh ketika sehabis

⁷ Suroso Bayu Hendrawan, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedap Cup: Jurnal Ilmu Manajemen, 2, no. 4 (2014): 1182.

⁸ Aidit Bunga, "Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Di Kota Medan: Jurnal Manajemen, 7, no.1 (2017): 8.

⁹ Heru Santoso, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Nokia Lumia 520 Di Surabaya: Jurnal Ilmu Manajemen, 2, no. 2 (2014): 569.

berziarah ke makam sunan muria. Di tangan penjual (pedagang) yang kreatif buah Parrijotho di olah menjadi beberapa produk kreatif yaitu menjadi sirup, permen, kripik dan juga selai parijotho. Alasan dari beberapa pedagang mengolah buah parijotho menjadi beberapa produk kreatif adalah supaya bisa di nikmati semua kalangan, karena selama ini parijotho di percaya sebagai obat dan lebih banyak di konsumsi orang yang sedang sakit dan ibu hamil.

Inovasi yang di lakukan dalam menciptakan suatu rasa yang baru, dan menggunakan ide kreativitas untuk menjadikan buah Parijotho yang menarik minat konsumen untuk membeli produk itu, seperti di buat sirup yang bisa di nikmati dengan es, di buat permen supaya bisa di nikmati anak-anak, di buat kripik supaya bisa nikmati ketika lagi santai.

Dari uraian diatas, penulis ingin meneliti tentang minat beli konsumen dengan meningkatkan kreativitas dan inovasi dan juga kualitas produk, oleh karena itu peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul, **“Pengaruh Kreativitas, Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Buah Parijotho (Studi Kasus UMKM Alammu Parijotho Di Colo Muria)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi rumusan masalah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap minat beli produk olahan buah parijotho ?
2. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap minat beli produk olahan buah parijotho ?
3. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk olahan buah parijotho ?
4. Apakah Kreativitas, Inovasi, dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli produk olahan buah parijotho ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh kreatifitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk olahan buah parijotho
2. Untuk menguji pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada produk olahan buah parijotho
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk olahan buah parijotho
4. Untuk menguji pengaruh kreativitas, inovasi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk olahan buah parijotho

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Wirausaha UMKM
Memberikan manfaat bagi UMKM terkhusus wirausahawan yang menjalankan usahanya untuk mengetahui seberapa jauh atau seberapa besar minat beli berpengaruh produk parijotho melalui kreativitas, inovasi dan kualitas.
- b. Bagi masyarakat
Hasil penelitian ini secara praktis dan sistematis untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kreatifitas, inovasi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk buah parijotho.
- c. Bagi peneliti yang selanjutnya
Hasil penelitian yang sudah dilakukan ini diharapkan dapat dijadikan teori dalam melakukan penelitian selanjutnya tentang pengaruh kreatifitas, inovasi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk buah parijotho.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Masyarakat
Hasi dari penelitian untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kreativitas, inovasi, dan kualitas produk terhadap

minat beli produk olahan buah parijotho.

b. Untuk Instansi

Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat dan rekomendasi kebijakan untuk mengambil keputusan mengenai kreativitas, inovasi, dan kualitas produk yang akan mendorong konsumen untuk menggunakan produk olahan buah parijotho.

c. Untuk Penelitian yang dilakukan Akan Datang

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan teori dalam melakukan penelitian selanjutnya tentang pengaruh kreativitas, inovasi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen produk olahan buah parijotho.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi yang telah penulis susun ini terdiri dari lima (5), dimana masing-masing bab telah dibagi menjadi beberapa sub bab.

1. Bagian Awal

Bagian awal yang terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi pengertian tentang kreatifitas, inovasi, kualitas produk, minat beli, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional, dan analisis data yang meliputi

validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik serta uji statistik.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi gambaran umum mengenai Alaammu Parijoto diskripsi data penelitian, proses dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan, dan lampiran-lampiran

