

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi krusial dan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, khususnya di Kabupaten Lombok Tengah. Selain membantu pertumbuhan ekonomi, memperoleh tenaga kerja, UMKM juga bertanggung jawab untuk mendistribusikan hasil pembangunan (Candra et al., 2019). Jumlah UMKM meningkat pesat di beberapa wilayah. Menurut Databoks (2023) Berdasarkan informasi dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 8,71 juta usaha pada tahun 2022. Provinsi Nusa Tenggara Barat menempati posisi ke-9 dengan 287.882 unit UMKM.

Desa Bonjeruk telah berkembang menjadi destinasi wisata yang menarik dan berhasil meraih posisi 50 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) pada tahun 2021, adalah suatu Desa di Kabupaten Lombok Tengah yang mempunyai penguatan UMKM. Purnama & Sari, (2022) menjelaskan bahwa Pariwisata dengan partisipasi masyarakat bertujuan memberikan manfaat ekonomi kepada kelompok lokal dengan cara memberikan kesempatan wisatawan untuk mengakses kelompok tersebut, mengenal budaya, dan menikmati alam sekitar. Berdasarkan penjelasan tersebut kunjungan dari pada wisatawan ke Desa Bonjeruk menjadi dampak positif bagi para pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk olahan pertanian.

Salah satu sektor usaha unggulan di Desa Bonjeruk adalah UMKM Ombak *Food* yang berlokasi di Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL). Ombak *Food*

merupakan usaha olahan makanan ringan sehat yang diproduksi dari hasil tanaman hortikultura. Jenis produk yang dipasarkan oleh Ombak *Food* antara lain: jahe gulung, stick daun kelor, keripik pare, stick plecing kangkung dan stick duri ikan. Keberhasilan yang diperoleh oleh usaha ini selain lokasinya yang strategis juga inovasi maupun kualitas produk yang dihasilkan melirik perhatian wisatawan yang berkunjung di Desa Bonjeruk. Menurut Fatimdimanaah et al., (2020) menyatakan bahwa kualitas produk dan inovasi produk adalah bagian penting dari strategi pemasaran dan dapat membantu pembeli membuat pilihan yang lebih baik karena aspek tersebut dijadikan sebagai acuan dalam keputusan.

Minat pembeli dapat memengaruhi pilihan mereka dalam melakukan pembelian, karena ada dorongan agar memenuhi keinginan mereka. Menurut Moputi et al., (2017) Keputusan pembelian merupakan proses memilih jumlah barang dan jasa berdasarkan informasi yang didapatkan. Proses pengambilan keputusan pembelian meliputi beberapa langkah: identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi pilihan, pengambilan keputusan, dan perilaku setelah pembelian. Setidaknya setiap UMKM mampu menciptakan inovasi produk agar setiap konsumen tertarik pada produk tersebut. Inovasi produk adalah produk atau jasa yang dipresepsikan dari konsumen sebagai hasil dari layanan baru. Secara sederhana, inovasi bisa dianggap sebagai terobosan yang terkait produk baru (Riswan et al., 2022).

Persaingan yang sangat ketat bagi para pelaku UMKM di Desa Bonjeruk menuntut usaha Ombak *Food* terus berinovasi dan memproduksi produk yang berkualitas demi memenuhi kebutuhan maupun kepuasan konsumen. Menurut Aditi

(2017) menjelaskan bahwa Kepuasan konsumen merupakan perilaku pelanggan yang dihasilkan dari kualitas barang dan layanan, jika baik kualitas yang diberikan, akan baik pula level kepuasan pembeli. Oleh karena itu kepuasan konsumen merupakan faktor utama untuk pelaku bisnis, mengingat konsumen menunjukkan loyalitas terhadap suatu produk dan tidak berpindah ke produk lain. Secara umum, pembeli terpuaskan dengan produk yang menawarkan kualitas, kinerja terbaik dan paling inovatif dari pesaing lainnya (Riswan et al, 2022).

Beberapa penelitian terdahulu mengemukakan, inovasi dan kualitas produk mempunyai pengaruh pada keputusan konsumen (Almira & Sutanto, 2018; Fadhilah et al., 2022; Masnun et al., 2024). Sedangkan menurut Hamzah & Ariesta, (2022); Muhtarom et al., (2022) menemukan, kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Fatimdimanaah et al., (2020); Nawawi et al., (2021) harga dan kualitas produk memiliki pengaruh pada keputusan pembelian. Berdasarkan data dari Tempo, (2023) Jumlah UMKM di Kabupaten Lombok Tengah 35.767 unit. Artinya terjadi kesenjangan antara kondisi tersebut dengan hasil yang di dapat oleh UMKM Ombak Food. Dari Uraian tersebut, sehingga penelitian bertujuan menganalisis pengaruh inovasi, harga, citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Serta pengaruh inovasi dan kualitas pada tingkat kepuasan konsumen makanan ringan *Ombak Food* Desa Bonjeruk, Lombok Tengah. Kebaruan pada penelitian ini yaitu menganalisis secara bersamaan antara keputusan dengan kepuasan konsumen dalam konteks persepsi konsumen di UMKM. Selain itu penelitian ini merupakan pertama kali dilakukan di UMKM Ombak Food.

1.2. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang penelitian maka peneliti menetapkan rumusan permasalahan yang digunakan adalah:

1. Bagaimana pengaruh inovasi produk, harga, citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan ringan Ombak *Food* Desa Bonjeruk, Lombok Tengah?
2. Bagaimana pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen makanan ringan Ombak *Food* Desa Bonjeruk, Lombok Tengah?
3. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen makanan ringan Ombak *Food* Desa Bonjeruk, Lombok Tengah?
4. Bagaimana Pengaruh Keputusan Pembelian Memediasi kualitas dan Inovasi Produk terhadap kepuasan konsumen makanan ringan Ombak *Food* Desa Bonjeruk, Lombok Tengah?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, harga, citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan ringan Ombak *Food* Desa Bonjeruk, Lombok Tengah.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen makanan ringan Ombak *Food* Desa Bonjeruk, Lombok Tengah.
3. Untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen makanan ringan Ombak *Food* Desa Bonjeruk, Lombok Tengah

4. Untuk mengetahui pengaruh Keputusan Pembelian Memediasi kualitas dan Inovasi Produk terhadap kepuasan konsumen makanan ringan Ombak *Food* Desa Bonjeruk, Lombok Tengah

1.4. Manfaat Penelitian

1. Dapat dijadikan referensi atau sumber informasi bagi para pelaku UMKM.
2. Hasil Penelitian dapat menjadi acuan dan rujukan bagi pembaca untuk penelitian selanjutnya.
3. Penelitian ini, harapannya menjadi titik awal untuk melakukan pengabdian masyarakat.

1.5. Batasan Istilah

1. UMKM Ombak *Food* adalah usaha yang memproduksi dan memasarkan olahan makan ringan dari hasil hortikultura.
2. Inovasi produk merupakan proses menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, demi menghasilkan keputusan pembelian produk.
3. Kualitas Produk merupakan karakteristik khas dari sebuah produk yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen.
4. Harga Produk yaitu, nilai yang dipertukarkan oleh konsumen untuk suatu manfaat yang diperoleh.
5. Citra Merek merupakan tolak ukur dari keseluruhan persepsi merek sebuah produk maupun pengalaman masa lalu terhadap merek produk
6. Keputusan pembelian merupakan tindakan untuk menentukan membeli atau tidak membeli suatu barang.

7. Kepuasan Konsumen merupakan bentuk perasaan yang dihasilkan setiap konsumen ketika mengkonsumsi sebuah produk atau menggunakan jasa dari setiap pelaku usaha.

