

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan era digital telah membantu pertumbuhan pasar *online*, yang kini menjadi sumber pendapatan utama UMKM di Indonesia. Pasar *online* adalah platform digital tempat banyak penjual menawarkan barang atau jasa mereka kepada calon pembeli. Data penjualan, data pelanggan, dan data produk merupakan beberapa contoh jenis data yang tersedia di pasar *online*. Pelaku bisnis *online* dapat mengambil keputusan lebih baik dan cepat untuk memaksimalkan pertumbuhan bisnis dengan memanfaatkan analisis data. Memahami perilaku konsumen merupakan salah satu manfaat utama analisis data pasar. Dengan pengetahuan ini, bisnis *online* dapat mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan pelanggan mereka, yang pada akhirnya memungkinkan mereka untuk mengubah strategi pemasaran dan menyediakan produk yang lebih memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pelaku UMKM dapat mempromosikan produknya melalui konten menarik seperti foto dan video melalui *facebook* dan *instagram*. Tidak hanya itu, UMKM juga dapat berpartisipasi dalam pemasaran produk secara *online* di media *online* seperti Shopee, TikTok, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli. Manajemen inventaris, pemrosesan pembayaran *online*, dan pengiriman produk hanyalah beberapa dari banyaknya layanan yang biasanya ditawarkan oleh platform ini untuk mendukung UMKM dalam mengelola dan menjual produk mereka secara efektif (Sari dkk., 2023)

Formosa snack adalah industri rumahan yang memproduksi olahan makanan ringan yang di beri nama “Formosa Snack” bertempat di Jln. Cemeti, Dusun Gunung Batur, Desa Kesugihan Kidul, Kabupaten Cilacap. Industri rumahan tersebut didirikan oleh ibu rumah tangga bernama Ibu Siti Munawaroh pada tahun 2023, dalam memasarkan produk olahannya Formosa snack memanfaatkan media *online shop marketplace*, shopee dan TikTok. Dalam proses transaksi Formosa snack lebih memilih menggunakan whatsapp dalam transaksi dengan jumlah pesanan yang besar. Gambar di bawah ini menampilkan beberapa olahan jajanan yang diproduksi oleh Formosa snack:



Gambar 1. 1 Produk bakso goreng Formosa snack yang dijual seharga Rp. 30.000,-
ukuran Netto: 450 gram



Gambar 1. 2 Produk usus goreng Formosa snack yang dijual seharga Rp. 35.000,-
ukuran Netto: 450 gram



Gambar 1. 3 Produk seblak kering Formosa snack yang dijual seharga Rp. 20.000,-
ukuran Netto: 350 gram

Tinjauan terhadap perilaku konsumen adalah salah satu prinsip penting yang mendukung pengembangan strategi pemasaran suatu perusahaan. Seorang manajer pemasaran perlu memahami dan mengenali sikap konsumen yang dilayani untuk mencapai kepuasan baik bagi perusahaan maupun konsumen. Produsen harus mengetahui atribut-atribut produk yang dapat membuat pelanggan merasa puas atau tidak puas (Suryani, T., 2008).

Formosa snack merupakan industri rumahan yang mulai berkembang saat ini, formosa snack memasarkan produknya melalui berbagai media sosial seperti Marketplace, TikTok *Shop*, dan Shopee. Formosa snack kini mulai memasarkan produknya ke luar negeri yaitu ke Taiwan dengan pengiriman minimal 1 kali dalam 1 minggu dengan jumlah 400 pcs. Target pasara yang di incar pemilik usaha dalam memasarkan produknya ke taiwan yaitu Tenaga Kerja Wanita (TKW) karena kebanyakan konsumen dari taiwan merupakan TKW yang berasal berasal dari indonesia. Penghasilan penjualan Formosa snack memperoleh omset sebesar Rp.10,000,000,-/bulan. Angka tersebut merupakan hasil penjualan dan biaya operasioanal (pajak, gaji karyawan, dan biaya-biaya lain). Laba bersih yang diterima oleh pengusaha adalah Rp. 8.000,000,- rupiah. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen dari Taiwan memiliki ketertarikan mengkonsumsi produk Formosa Snack.

Berdasarkan hasil observasi yang diperoleh melalui pemilik usaha dalam memasarkan produk olahannya di pasar lokal menggunakan *marketplace* facebook, shopee, dan tiktok omset yang diperoleh saat ini sekitar Rp. 3.000,000,- sampai 4.000,000,-/bulan. Target pasar yang di tuju Formosa snack di pasar lokal yaitu kalangan remaja, ibu rumah tangga dan pengusaha. Produk olahan yang paling sering di beli saat ini yaitu basreng dan usus goreng. Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis *online* Formosa snack menggunakan berbagai cara supaya konsumen tertarik dan membeli produk olahannya tersebut, beberapa cara yang digunakan ialah melakukan promosi melalui vidio-vidio pendek dan iklan yang menarik, serta memberikan diskon harga dan voucher gratis ongkir untuk pengiriman sepulau jawa.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional yang mencakup kepuasan terhadap kinerja produk dan kebutuhan emosional yang berkaitan dengan aspek intelektual dalam kepemilikan produk. Aspek intelektual ini

meliputi persepsi, motivasi, dan sikap yang memengaruhi respons konsumen terhadap bauran pemasaran. Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa responden setuju bahwa faktor psikologis dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja (Yolanda & Herwinda, 2017).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik konsumen pada UMKM makanan ringan Formosa snack, hubungan masing-masing variabel terikat terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh variabel terikat dalam pembelian *online*. Kami berharap dapat memberikan saran perbaikan mengenai elemen apa saja yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan guna mendorong pembelian berulang dari konsumen. Dengan demikian diharapkan kita dapat mempertahankan konsumen kita, merangsang minat mereka untuk membeli produk UMKM Formosa snacks, dan meningkatkan kualitas UMKM Formosa snack supaya mampu bersaing dengan kompetitor. Berdasarkan pemahaman yang sudah disajikan diatas penulis akan melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Korelasi Motivasi, Kepuasan Konsumen dan Iklan Produk Jajanan UMKM pada Pengguna TikTok Shop” (Studi Kasus: UMKM Formosa Snack)**”.

Berikut beberapa alasan mengapa memilih TikTok sebagai objek penelitian:

1. Popularitas dan Pengguna yang Meluas

TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang tumbuh paling cepat di dunia, dengan jutaan pengguna aktif setiap hari. Hal ini menjadikannya platform yang relevan untuk penelitian terkait tren digital, perilaku pengguna, serta dinamika sosial di dunia maya.

2. Pengaruh Budaya dan Sosial

TikTok telah menjadi sarana penting dalam menyebarkan budaya populer dan tren global, mulai dari tantangan viral hingga kampanye kesadaran sosial. Platform ini juga memberikan wawasan mengenai bagaimana konten singkat dapat memengaruhi pandangan dan perilaku masyarakat, terutama di kalangan anak muda.

3. Algoritma dan Personalisasi Konten

Algoritma canggih TikTok dalam menyesuaikan konten bagi pengguna membuka peluang penelitian terkait kecerdasan buatan, big data, serta pengaruh personalisasi konten terhadap keterlibatan dan perilaku pengguna.

4. Ekonomi Kreator

TikTok mendorong pertumbuhan ekonomi kreator dengan memberikan kesempatan kepada pengguna biasa untuk menjadi terkenal dan menghasilkan uang dari konten mereka. Ini menarik untuk diteliti dalam konteks ekonomi digital dan perubahan cara individu menghasilkan pendapatan melalui media sosial (Zhang & Savary 2022).

1.2. Rumusan Masalah

Berlandaskan teori yang telah dipahami, diperoleh perumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen dari TikTok Shop sehingga bersedia membeli produk Formosa snack?
2. Seberapa pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen setelah mencoba produk Formosa snack?
3. Seberapa pengaruh iklan produk Formosa snack pada keputusan pembelian?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tingkat motivasi konsumen dari TikTok Shop sehingga bersedia membeli produk Formosa snack.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen setelah membeli produk Formosa snack.
3. Mengetahui tingkat pengaruh iklan, motivasi, dan kepuasan pelanggan pada keputusan pembelian.

1.4. Batasan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, Batasan dari penelitian ini adalah:

1. Data diambil dari konsumen Formosa snack yang sudah pernah membeli produk UMKM Formosa snack dari TikTok Shop.
2. Pengambilan data quisioner dilakukan melalui whatsapp.
3. Jumlah responden yang digunakan 80 orang.
4. Penelitian ini hanya membahas motivasi pembelian, kepuasan konsumen, dan pengaruh iklan pada akun TikTok UMKM Formosa snack.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi skripsi yang berkualitas sehingga dapat meluluskan peneliti dengan nilai yang memuaskan.
2. Bagi akademis, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.
3. Bagi perusahaan, eksplorasi ini berfungsi supaya menjadi perantara antara pengguna layanan e-commerce, meringankan perusahaan untuk mempertahankan dan mengembangkan layanan dan mengatasi kekurangan dalam e-commerce.