

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tanaman melinjo yang dikenal dengan sebutan tangkil (*Gnetum gnemon L.*), memiliki banyak manfaat dan hampir seluruh bagian tanaman ini, mulai dari daun, bunga, buah, hingga batangnya, dapat dimanfaatkan untuk keperluan rumah tangga dan industri. Daun, bunga, buah muda, dan kulit buah tua bisa dijadikan sayuran, sedangkan biji tua dapat diolah menjadi emping, yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Kulit pohon dapat digunakan sebagai tali, dan kayunya sebagai bahan baku pembuatan kertas. Selain itu, tanaman melinjo kaya akan gizi, mengandung karbohidrat, lemak, protein, mineral, dan berbagai vitamin. . Tanaman melinjo tersebar di Indonesia salah satunya Jawa Barat yang menempati peringkat ke-4 penghasil melinjo dengan jumlah 28.142 ton di tahun 2023 (Kementerian Pertanian, 2024) Kabupaten Cirebon menjadi salah satu penghasil melinjo di Jawa Barat.

Tabel 1.1
Jumlah tanaman melinjo di kabupaten Cirebon 2019-2023

Komoditi tanaman	2019	2020	2021	2022	2023
Emping melinjo	10 873	11 7	8 234	5 974	8.956

Sumber : BPS tahun 2024

Berdasarkan tabel 1.1 Jumlah komoditi tanaman emping melinjo di Kabupaten Cirebon tahun 2019-2023 terus mengalami flutuasi. Banyaknya komoditi tanaman melinjo yang melimpah, dimanfaatkan oleh masyarakat menjadi industri rumahan untuk memproduksi olahan makanan yang berasal dari melinjo, salah satunya emping melinjo.

Emping melinjo dijual oleh para perajin melalui pedagang perantara di Cirebon, Majalengka, dan Bandung. Makanan ini bukanlah hal asing bagi penduduk Indonesia, seringkali digunakan sebagai pelengkap makanan atau camilan. Sebagai salah satu komoditi pengolahan hasil pertanian, emping melinjo memiliki harga yang cukup tinggi (D. P. Prasetya & Anggadwita, 2022). Dilihat dari berbagai sektor yang ada, pertanian ialah salah satu sektor yang dapat menunjang laju pertumbuhan perekonomian nasional Indonesia. Menurut (Ananda et al., 2021) salah satu upaya yang membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah dengan adanya *industry home furnishing*. Hal tersebut menumbuhkan Industri makanan menjadi sub sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja, baik industri kecil maupun industri rumah tangga.

Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) Kabupaten Cirebon, emping melinjo merupakan komoditi unggulan Kabupaten Cirebon. Menurut DISPERINDAG Kabupaten Cirebon, komoditas unggulan Kabupaten Cirebon tahun 2023 ada sembilan jenis komoditi industri di Kabupaten Cirebon diantaranya yaitu meubel/rotan, meubel kayu, emping melinjo, roti dan makanan ringan, batu alam, sandal karet, batik, konveksi, dan kerajinan kulit kerang. Industri emping melinjo skala Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Cirebon mempunyai potensi untuk dikembangkan, mengingat jumlah produsen penghasil produk emping banyak berpusat di Kabupaten Cirebon. Industri emping melinjo juga merupakan wujud keberpihakan kepada kelompok usaha ekonomi rakyat. Komoditi produksi emping melinjo di kabupaten Cirebon tersebar di 3 wilayah yaitu Kedawung, Gunung Jati dan Ciwaringin menjadi sentra industri emping melinjo terbanyak di kabupaten Cirebon.

Tabel 1.2
Perkembangan Sentra Industri Emping Melinjo di Kabupaten Cirebon Tahun 2023

Kecamatan	Jumlah
Kedawung	128
Gunungjati	50
Ciwaringin	50
Kabupaten Cirebon	228

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon 2023

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah unit usaha emping melinjo di Kabupaten Cirebon, pada tahun 2023 sebanyak 228 unit usaha. Kecamatan Kedawung menjadi daerah sentra emping melinjo terbanyak di wilayah Kabupaten Cirebon. Kecamatan Kedawung, menjadi sentra emping melinjo terbesar di Kabupaten Cirebon, berkat potensi alam yang dimiliki. Berdasarkan data profil Kecamatan Kedawung, wilayah ini memiliki luas tanah 9,95 km² (0,93%) dari seluruh wilayah kabupaten Cirebon dan populasi sekitar 62.865 Sebagian besar penduduknya mengandalkan perdagangan dan produksi emping melinjo sebagai mata pencaharian, menjadikan Kecamatan Kedawung sebagai wilayah dengan jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbanyak di antara kecamatan lain.

Tabel 1.3
Jumlah Produksi (Ton) Emping dan Harga Produk (kilogram) Melinjo di Kabupaten Cirebon Tahun 2023

Kecamatan	Jumlah (Ton)	Harga Produk (kilogram)
Kedawung	185	Rp. 80.000
Gunungjati	9	Rp.95.000
Ciwaringin	5	Rp.85.000
Kabupaten Cirebon	199	Rp.

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon 2023

Berdasarkan Tabel 1.3 Kecamatan Kedawung menjadi penyumbang utama produksi emping melinjo di Kabupaten Cirebon, dengan volume produksi yang

sangat dominan. Harga produk bervariasi antar kecamatan, kemungkinan disebabkan oleh kualitas, skala produksi, atau biaya distribusi.

Masyarakat Kecamatan Kedawung telah mewarisi keahlian dalam memproduksi emping melinjo dari generasi sebelumnya. Hingga kini, ratusan orang masih mempertahankan tradisi ini, baik sebagai pelaku usaha (produsen) maupun tenaga kerja. Oleh karena itu, dalam semua tahapan pembangunan, sektor pertanian, termasuk usaha produksi emping melinjo, selalu menjadi prioritas utama. Pada umumnya, pengusaha emping melinjo di kecamatan Kedawung memiliki pola usaha dimana mereka memberikan pinjaman berupa peralatan dan bahan baku (biji melinjo) kepada pengrajin kemudian dikembalikan kepada pengusaha, dan pengrajin memperoleh upah berdasarkan jumlah emping melinjo yang di produksi. Dalam menjalankan usahanya, setiap pengusaha tentu memiliki tujuan untuk memaksimalkan laba dengan cara meningkatnya pendapatan, meminimalkan biaya dan memaksimalkan penjualan. Namun salah satu kendala utama adalah kelangkaan bahan baku melinjo yang sering kali harus didatangkan dari luar daerah. Situasi ini berdampak pada meningkatnya biaya produksi dan menurunkan pendapatan, khusus bagi penguasa kecil dan menengah. Selain itu, keterbatasan modal usaha menjadi hambatan utama yang menyebabkan produktivitas dan kapasitas produksi menurun, berbagai tantangan seperti kelangkaan bahan baku, keterbatasan modal, dan efisiensi produk yang rendah menghambat tercapainya tujuan tersebut. Dalam memaksimalkan penjualan untuk mencapai tujuan tersebut, memerlukan strategi yang komprehensif mulai dari pemahaman terhadap produk dan pasar, hingga penerapan berbagai cara pemasaran yang efektif. Dengan keunikan produk, menganalisis kebutuhan pasar, harga yang cukup terjangkau serta membangun *branding* yang kuat, perusahaan dapat menarik minat konsumen dan meningkatnya loyalitas produk. Selain itu, pemanfaatan berbagai penjualan, baik *offline* maupun menggunakan media sosial, serta pemberian

pelayanan pelanggan yang baik juga menjadi kunci keberhasilan dalam meningkatkan penjualan .

Tingkat Penjualan merupakan indikator penting untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Pemilihan promosi yang tepat serta diversifikasi produk yang sesuai dengan siklus produk adalah hal yang sangat krusial untuk menentukan maju atau mundurnya suatu usaha. Tingkat penjualan memiliki arti penting yang besarnya kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara efektif oleh penjualan untuk mendorong agar konsumen melakukan pembelian, memperkirakan besarnya keuntungan yang diterima dengan menjual produk kepada konsumen serta biaya yang sudah dikeluarkan. (Rahmah et al., 2021).

Menurut (Dunan et al., 2020) ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan seperti kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk menurut (E Yurianti 2022) adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan tersebut meliputi, daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Kualitas mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian pelanggan. Apabila kualitas yang dihasilkan baik maka pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan bila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan maka pelanggan akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Meskipun pelanggan mempunyai persepsi yang berbeda terhadap kualitas produk, tetapi setidaknya pelanggan akan memilih produk yang dapat memuaskan kebutuhannya. kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari kinerja (*performance*), keragaman produk (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*conformance*), ketahanan atau daya tahan (*durability*), kemampuan pelayanan (*serviceability*), estetika (*aesthetics*), kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

Selain itu kualitas produk, harga produk juga berpengaruh Menurut (Siregar et al., 2022) menyatakan bahwa harga adalah suatu sistem manajemen

perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut, dan berbagai variabel yang bersangkutan. Harga sebuah produk merupakan faktor penentu dalam permintaan pasar. Hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk. Jika konsumen merasa cocok dengan harga dan kualitas yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama. Ini sesuai dengan konsep produksi yang menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang berharga murah dan kualitas yang dipercaya.

Tak hanya kualitas produk dan harga produk yang mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk, tapi ada salah satu faktor yang dapat mendorong penjualan ialah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud kepemilikan apapun (HM Ilham 2022).

Pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang oleh penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan tersebut. Dalam pelayanan pelanggan mengandung pengertian: (1) Segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan. (2) Ketepatan waktu dan reliabilitas penyampaian jasa kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka. (3) Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan jasa tersebut sedemikian rupa sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan dan merealisasikan pencapaian tujuan-tujuan perusahaan. (4) Total pesanan yang masuk dan seluruh komunikasi dengan pelanggan. (5) Penyampaian produk kepada pelanggan tepat waktu dan akurat dengan segala tindak lanjut serta tanggapan keterangan yang akurat (Fajar Saputro & Muhammad Jalari, 2023).

Mengenai tingkat penjualan telah banyak penelitian dilakukan, salah satunya penelitian yang dilakukan (Juandi et al., 2021) tentang hasil Pengaruh

Kualitas Produk dan Harga Terhadap Penjualan Martabak Atet.54 dengan membuktikan hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan. Ada juga menurut (Ferdiansa, 2020) dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di toby's fried chicken kabupaten sumenep. Penelitian yang dilakukan oleh (Ricky et al., 2021), (Apriliani, 2020) dan (Apriansyah, 2021) hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan perusahaan. Penelitian ini membuktikan bahwa kombinasi ketiga variabel tersebut mampu memberikan dampak signifikan terhadap pendapatan perusahaan. Namun berbeda dengan pernyataan dari hasil penelitian (Apriliani, 2020) dan (Yurianti, 2022) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak terbukti secara signifikan mempengaruhi tingkat penjualan secara empiris tidak selalu memberikan hasil yang konsisten dengan teori.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui variabel apa saja yang mempengaruhi tingkat penjualan pelaku usaha emping melinjo di Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon. Melalui adanya *research gap* dan fenomena yang ditemukan, penelitian ini berfokus pada variabel kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan dengan objek pelaku usaha emping melinjo. Penelitian ini dituangkan dalam berjudul **"Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Pelaku Usaha Emping Melinjo di Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon"**.

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang dihadapi dalam efisiensi pemasaran emping melinjo adalah tinggi rendahnya tingkat harga yang diterima oleh produsen emping.

Produsen emping melinjo yang berada pada kecamatan Kedawung kabupaten Cirebon .

Ada beberapa masalah dalam menjalankan usahanya menghadapi, yaitu:

1. keterbatasan bahan baku melinjo yang mengalami kelangkaan, sehingga bahan baku didatangkan dari daerah kabupaten Cirebon sehingga mempengaruhi pendapatan pengusaha Emping Melinjo. khususnya pengusaha kecil menengah mengalami penurunan produksi.
2. Keterbatasan modal usaha menyebabkan tingkat produktivitas emping melinjo mengalami penurunan, keterbatasan modal merupakan salah satu kendala utama yang sering dihadapi oleh usaha kecil menengah, termasuk usaha produksi emping melinjo. Kurangnya modal dapat menghambat berbagai aspek produksi, sehingga berdampak pada penurunan produktivitas.
3. Keterbatasan sarana dan prasarana penunjang produksi, Keterbatasan sarana dan prasarana merupakan kendala umum yang dihadapi oleh usaha produksi emping melinjo, terutama pada skala usaha kecil dan menengah. Kurangnya fasilitas yang memadai dapat menghambat efisiensi, kualitas, dan kapasitas produksi.
4. Kemampuan dalam strategi pelayanan pada pelanggan di industri rumah tangga yang masih kurang menarik, ndustri rumah tangga, yang mencakup berbagai jenis usaha rumahan, seringkali menghadapi tantangan dalam hal strategi pelayanan pelanggan. Meskipun produk-produk rumahan seringkali memiliki keunikan dan kualitas yang baik, namun kurangnya perhatian pada aspek pelayanan pelanggan dapat menjadi penghambat pertumbuhan bisnis.
5. Belum mampu memproduksi dalam jumlah yang besar dalam waktu cepat sehingga permintaan pasar tidak dapat dipenuhi, terutama ketika suatu produk menjadi sangat populer dan permintaan pasar melonjak. Berikut

adalah beberapa faktor utama yang menyebabkan yaitu : Keterbatasan Kapasitas Produksi , Keterbatasan Modal , Ketersediaan Bahan Baku , Keterbatasan Keahlian .

Untuk itu dibutuhkan alternatif strategi dapat diterapkan oleh para pelaku usaha emping melinjo untuk mengatasi permasalahan tersebut demi keberlanjutan dan berkembangnya usaha emping melinjo.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan agar penelitian terfokus pada pokok – pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya. Sehingga diharapkan penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang di tetapkan. Adapun Batasan masalah yang diteliti adalah faktor faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan emping melinjo untuk menganalisis faktor yang dapat meningkatkan penjualan pada pelaku usaha emping melinjo hanya meliputi kualitas produk , harga produk , kualitas pelayanan khusus di wilayah Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan faktor- faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan pelaku usaha emping melinjo di kecamatan Kedawung Kabuppaten Cirebon:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap tingkat penjualan pada usaha emping melinjo kecamatan Kedawung kabupaten Cirebon?
2. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap tingkat penjualan pada usaha emping melinjo kecamatan Kedawung kabupaten Cirebon? ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat penjualan pada usaha emping melinjo kecamatan Kedawung kabupaten Cirebon? ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk , harga produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat penjualan usaha emping melinjo kecamatan Kedawung

kabupaten Cirebon?

E. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap tingkat penjualan pada usaha emping melinjo kecamatan Kedawung kabupaten Cirebon
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga produk terhadap tingkat penjualan pada usaha emping melinjo kecamatan Kedawung kabupaten Cirebon
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap tingkat penjualan pada usaha emping melinjo kecamatan Kedawung kabupaten Cirebon
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga produk dan pelayanan secara bersama sama terhadap tingkat penjualan usaha emping melinjo kecamatan Kedawung kabupaten Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan di atas, kegunaan yang diharapkan oleh peneliti dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Segi Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan pengetahuan mengenai ilmu faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan terhadap pelaku usaha emping melinjo. Di samping itu juga memberikan ilmu pemasaran seperti teori produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan, menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang agribisnis dan

manajemen pemasaran khususnya dalam konteks produk makanan tradisional seperti emping melinjo.

2. Segi Praktis

a. Bagi penulis

Sebagai sarana mengaplikasikan ilmu untuk menambah pengetahuan dan pengalaman serta mengamati secara langsung tingkat penjualan produk dan pengaplikasian ilmu yang telah didapatkan selama berada diperkuliahan dengan praktek sebenarnya yang berada dilapangan

b. Bagi Pemerintah Kabupaten Cirebon

Pada dasarnya penelitian ini nantinya diharapkan dapat sebagai bahan masukan bagi Pemerintah Kabupaten Cirebon, khususnya Bidang Industri Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon dan pemerintah dalam merumuskan kebijakan strategis guna meningkatkan penjualan emping melinjo tersebut.

c. Bagi Peneliti yang akan datang

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi mahasiswa yang melakukan penelitian yang sejenis.

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pelaku usaha emping melinjo di kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon terkait penelitian ini sebagai dasar untuk menyusun kebijakan yang mendukung pengembangan industri emping melinjo, seperti akses permodalan, dan pengembangan pasar dan sektor UMKM .

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini, maka penulis membaginya menjadi lima sub bab pembahasan yang terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat tentang landasan teori yang relevan dengan penulisan penelitian ini seperti pengertian kualitas produk, pengertian harga produk, pengertian pelayanan, pengertian penjualan , pengertian tingkat penjualan serta dimensi kualitas produk , indikator harga produk, indikator pelayanan ,dan jenis jenis penjualan. Pada bab ini juga memuat tentang kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta hipotesis penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas dan menguraikan hasil-hasil penelitian dari permasalahan, sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti. Serta gambaran umum objek penelitian yaitu Pelaku Usaha Emping Melinjo Di Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon baik dari sejarah maupun dari aspek visi dan misi yang dimiliki.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diambil melalui hasil penelitian