

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha harus mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap, bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidak pastian (Fifiyanita 2012). Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut secara kompetitif dalam mempertahankan konsumen yang loyal. Pelanggan sendiri memiliki peran yang penting bagi sukses dan berkembangnya suatu perusahaan.

Pelanggan merupakan orang atau kelompok yang membeli dan memakai barang atau jasa yang disediakan oleh produsen. Pelanggan atau konsumen dapat diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diberikan pada mereka oleh perusahaan. Oleh karena itu produsen sebaiknya memahami perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Pelanggan saat ini semakin cerdas dan cermat dalam memilih produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Keputusan konsumen dalam pembelian produk menunjukkan bahwa perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik konsumen saja tapi dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran atau *Marketing Mix* yang mencakup produk, harga, distribusi dan promosi (supriyanto dan kristiyanto, 2004).

Untuk menarik Pelanggan agar mengkonsumsi produk yang dijual perusahaan, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu strategi yang

biasa digunakan perusahaan salah satunya adalah *Marketing Mix* atau 4P (*product, price, place dan promotion*). Para pelaku bisnis dapat menerapkan strategi tersebut sesuai dengan kebutuhan perusahaannya.

Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dari penjualan produknya. Menurut Kotler (2008:345), Harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga jual mempunyai implikasi yang cukup luas terhadap perusahaan maupun konsumen. Harga yang terlalu tinggi dapat menimbulkan kemungkinan menurunnya daya saing. Sebaliknya harga rendah dapat menyebabkan kerugian, khususnya bila biaya meningkat. Hal ini terutama akan menjadi masalah bagi perusahaan yang baru berdiri.

Produk sendiri memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Menurut Stanton (2004: 222), Produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualan. Pembeli akan merasa cocok ketika produk yang ditawarkan sesuai dan memenuhi harapan pembeli, oleh karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk dapat berhasil. Dengan kata lain pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen dan harus mempunyai kualitas yang biasa ditawarkan kepada pembeli. Kualitas produk sendiri memiliki peran penting dalam menarik pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan karena semakin

baiknya kualitas produk yang ditawarkan semakin banyak menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi barang yang ditawarkan perusahaan. Selain itu, Pelanggan akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik (Lupiyoadi dan Hamdani,2006:131) Hal ini senada dengan pendapat dari Kotler dan Amstrong (2008) bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Saat ini gaya hidup traveling sangat disukai oleh masyarakat dari berbagai kalangan, traveling sendiri saat ini tidak hanya menjadi hobi belaka, tapi juga memiliki banyak manfaat bagi para traveler. Seperti untuk menghilangkan beban yang setiap hari dipikirkan selama pekerjaan, menambah wawasan terhadap suatu tempat, menumbuhkan kepercayaan diri dan masih banyak lagi. Traveler sering berpergian dari satu tempat ke tempat lain untuk bersenang-senang atau mencari sesuatu yang baru. Hal ini banyak dimanfaatkan pengusaha untuk menarik wisatawan untuk mengkonsumsi atau membeli produk yang di jual. Salah satu usaha yang banyak didirikan yaitu usaha pusat oleh-oleh karena ketika wisatawan berkunjung atau singgah di kota tertentu mereka akan mencari oleh-oleh yang khas dari tempat yang disinggahi untuk dijadikan oleh-oleh untuk dibawa pulang. Hal ini juga dimanfaatkan pengusaha di kabupaten Bojonegoro untuk menawarkan dan memasarkan oleh-oleh khas Bojonegoro yaitu Ledre. Dengan semakin banyaknya usah yang didirikan di tempat yang sama. Menimbulkan terjadinya persaingan bisnis untuk merebut pasar atau pelanggan, sehingga pengusaha harus mengkreasi strategi pemasaran yang tepat untuk menarik pelanggan.

Dewasa ini perkembangan usaha di bidang pusat oleh-oleh telah diwarnai dengan beberapa macam persaingan di segala hal, karena kondisi tersebut menyebabkan para pengusaha di bidang pusat oleh-oleh semakin dituntut dalam menentukan strategi yang dapat meningkatkan volume penjualan. Produsen dituntut dengan cepat dan tepat untuk mengambil tindakan agar tidak kalah dalam persaingan yang terjadi. Dalam memenangkan persaingan dapat dilakukan dengan salah satu cara memberikan kualitas produk yang baik, harga yang sesuai, atau menghadirkan tampilan inovasi yang baru.

Salah satu dunia usaha di bidang pusat oleh-oleh makanan ringan yang berkembang pesat dengan perkembangan bisnis di Jawa Timur, khususnya di kabupaten Bojonegoro yaitu Ledre. Bojonegoro merupakan kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Timur yang berbatasan dengan kabupaten Blora yang terletak di provinsi Jawa Tengah. Bojonegoro merupakan salah satu tempat lalu lalang kendaraan yang menuju Jawa Tengah maupun yang menuju kota Bojonegoro atau sekitarnya, sehingga banyak menarik perhatian masyarakat Bojonegoro maupun pelancong dari luar kota Bojonegoro untuk membeli Ledre. Ledre adalah makanan tradisional yang menjadi salah satu *icon* khas Kabupaten Bojonegoro. Makanan ini berbentuk gulungan dan biasanya beraroma pisang raja meskipun sekarang produksi Ledre sudah memiliki beragam varian rasa. Ledre cocok dikonsumsi sendiri, disajikan untuk tamu, juga sebagai oleh-oleh pada saat berkunjung ke Bojonegoro. Ledre sendiri merupakan makanan ringan yang terbuat dari campuran tepung terigu, gula pasir, mentega, garam, vanilla, parutan kelapa muda, dan tepung beras atau tepung ketan, dan biasanya ditambah pisang raja untuk aroma, namun bisa juga menggunakan varian dari bahan-bahan selain pisang raja.

Usaha Ledre banyak di jalankan oleh masyarakat Bojonegoro terutama di Kecamatan Padangan karena permintaan yang relatif tinggi dan bahan baku yang melimpah, selain itu Padangan merupakan akses jalan umum ke Jawa Timur dari Jawa Tengah sehingga banyak pendatang yang singgah untuk membeli Ledre sebagai oleh-oleh dari kabupaten Bojonegoro, salah satu toko yang menjual makanan khas Ledre yaitu toko Ledre Super Depot Moro Tresno yang didirikan oleh bapak Maa Admiral Ayup. Toko Ledre Super Depot Moro Tresno terletak di Jl. Dr. Soetomo No.150 Kecamatan Padangan, Bojonegoro. Lokasi ini dipilih karena letaknya yang strategis yang dekat dengan Jawa Tengah. Toko Ledre Super Depot Moro Tresno mempunyai berbagai macam varian pilihan rasa mulai dari rasa original, susu, kopi, strawberry, dan lain-lain.

Selain toko Ledre Super Depot Moro Tesno banyaknya toko-toko yang menjual makanan khas Ledre di Bojonegoro, mengakibatkan persaingan diantara pengusaha oleh-oleh Ledre menjadi cukup ketat dan berimbas dengan berkurangnya tingkat penjualan. Jajanan Ledre juga harus menghadapi persaingan yang ketat dari produk-produk makanan ringan yang sangat banyak dipasarkan. Salah satu fenomena yang terjadi dalam kasus pada toko Ledre Super Depot Moro Tresno yang merupakan salah satu industri makanan ringan. Dapat diketahui data penjualan Ledre Super Depot Moro Tresno Pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Ledre Super Depot Moro Tresno 2018

Tahun 2018		
No	Bulan	Penjualan/ Biji
1	Januari	3.210 biji
2	Februari	3.445 biji
3	Marit	3.200 biji
4	April	1.920 biji
5	Mei	2.110 biji
6	Juni	4.651 biji
7	Juli	3.012 biji
8	Agustus	2.231 biji
9	September	2.621 biji
10	Oktober	3.693 biji
11	November	3.074 biji
12	Desember	3.408 biji

Sumber : Data penjualan Ledre Super Depot Moro Tresno Padangan Bojonegoro

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan jumlah penjualan toko Ledre Super Depot Moro Tresno mengalami peningkatan dan penurunan, penurunan tertinggi terjadi pada bulan april sebesar 1.920 biji dan peningkatan tertinggi terjadi pada bulan Juni sebanyak 4.651 Siklus tingkatan penjualan yang *Fluktuatif* ini dipengaruhi oleh semakin banyaknya Toko yang didirikan di lokasi yang sama dan menjual produk sejenis yang membuat pembeli mempunyai banyak pilihan dalam membeli produk Ledre.

Peneliti telah melakukan wawancara dengan bapak Maa Admiral Ayup selaku pemilik toko Ledre Super Depot Moro Tresno dan hasil wawancara beliau mengatakan semakin banyaknya penjual Ledre mengakibatkan penjualan mengalami persaingan yang ketat. Dari wawancara di atas peneliti tertarik meneliti apakah untuk mengatasi persaingan dengan memberikan kualitas

produk yang baik dan harga yang sesuai akan menarik pelanggan tetap setia membeli di toko Ledre Super Depot Moro Tresno.

Penjabaran-penjabaran di atas, terdapat suatu pemahaman mengenai keputusan pembelian konsumen di toko pusat oleh-oleh Ledre Super Depot Moro Tresno. Kualitas Produk dan Harga yang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk berbelanja. Kualitas Produk dan Harga sangat menarik diteliti karena salah satu yang diamati pelanggan dalam membentuk suatu kesan tersendiri terhadap toko tersebut. Dari definisi ini maka terdapat pengertian bahwa salah satu faktor dalam mengambil keputusan pembelian dengan memberikan kualitas produk dan harga yang baik.

Dari fenomena yang diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “persepsi Pelanggan Atas Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ledre Super Studi pada Usaha Dagang Ledre Super Depot Moro Tresno, Padangan, Bojonegoro”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, permasalahan yang didapat sebagai berikut :

- 1) Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada produk Ledre Super Depot Moro Tresno ?
- 2) Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Ledre Super Depot Moro Tresno ?
- 3) Apakah Harga berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Ledre Super Depot Moro Tresno ?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada produk Ledre Super Depot Moro Tresno.
- 2) Untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Ledre Super Depot Moro Tresno.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh dominan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk Ledre Super Depot Moro Tresno.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis

Secara teoritik diharapkan pada penelitian ini dapat dijadikan referensi, memberikan sumbangsih pengetahuan dan informasi khususnya untuk ilmu manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk perusahaan dalam menerapkan strategi pada perusahaan yang berkesinambungan untuk menciptakan keunggulan bersaing terhadap perusahaannya untuk meningkatkan konsumen.