

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi sekarang ini segala sesuatu yang berjalan dan berkembang dengan pesat. Cepatnya laju pertumbuhan ekonomi ini diikuti dengan banyaknya industri, hal ini akan mendorong adanya persaingan, terutama bagi industri yang bergerak dalam bidang sejenis. Akibat adanya persaingan tersebut baik langsung maupun tidak langsung industri terpengaruh dalam hal memasarkan produk-produk atau barang-barang yang dihasilkan, sehingga tingkat persaingan menunjukkan tensi yang meningkat, oleh karena itu setiap industri dengan berbagai cara berusaha untuk di terima oleh konsumen.

Indonesia memiliki berbagai macam industri, baik dari industri kecil, industri menengah ataupun industri besar. Dimana industri-industri ini terdiri dari industri pangan, sandang maupun primer semua telah ada. Industri sendiri dapat diartikan sebagai usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Industri sendiri memiliki beberapa jenis menurut jumlah tenaga kerja, diantaranya : 1. Industri rumah tangga (terdiri dari 1-4 karyawan/tenaga kerja), 2. Industri kecil (terdiri dari 5-19 karyawan/tenaga kerja), 3. Industri sedang/menengah (terdiri dari 20-99 karyawan/tenaga kerja) dan 4. Industri besar (terdiri dari 100 atau lebih karyawan/tenaga kerja) SK Menteri Perindustrian No.19/M/I/1986.

Salah satu industri yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah industri kerupuk. Secara kuantitatif belum ada data yang menggambarkan jumlah

konsumsi kerupuk. Meskipun demikian dapat diperkirakan bahwa jumlah konsumsi kerupuk relatif tinggi. Karena kerupuk merupakan ciri khas pelengkap makanan yang ada di Indonesia dan digemari oleh masyarakat luas. Dari segi permintaan, dengan bertambahnya jumlah penduduk dan kualitas hidup maka permintaan terhadap produk akan semakin bertambah. Menurut data yang diperoleh dari konsumen kerupuk UD. Mekar Jaya, penduduk wilayah perkotaan lebih banyak mengkonsumsi kerupuk dibanding penduduk wilayah pedesaan. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa pengeluaran untuk konsumsi kerupuk wilayah perkotaan lebih besar dibanding pengeluaran konsumsi kerupuk penduduk wilayah pedesaan .

Tabel 1.1  
Tingkat Konsumsi Kerupuk Menurut Industri UD. Mekar Jaya

| Nama   | Persentase |
|--------|------------|
| Kota   | 55%        |
| Desa   | 45%        |
| Jumlah | 100%       |

Sumber : Data Primer

Pada saat ini banyak industri kerupuk rumahan yang ditekuni dan bisa bertahan hingga cukup lama. Meskipun sederhana, tapi banyak peminatnya. Kerupuk dapat ditemukan di berbagai tempat, mulai dari pasar hingga rumah makan bahkan swalayan pun ikut menjual kerupuk. Perkembangan kerupuk pun semakin beragam mulai dari kerupuk nuri, kerupuk serpong, kerupuk pentil, kerupuk pelangi (rainbow), dan lain-lain. Kerupuk ini tidak hanya berfungsi menjadi pelengkap makanan akan tetapi kerupuk saat ini dijadikan sebagai cemilan saat bersantai.

Kerupuk sendiri merupakan salah makanan ringan khas Indonesia yang sangat digemari oleh semua kalangan. Kerupuk sendiri dibuat dari adonan tepung tapioca dicampur bahan perasa udang atau ikan. Pengolahan kerupuk dibuat dengan mengukus adonan sampai matang, kemudian dipotong tipis-tipis, dikeringkan di bawah sinar matahari sampai kering dan digoreng dengan minyak goreng yang banyak.

Banyak industri kerupuk yang dapat kita jumpai saat ini, baik di kota-kota besar maupun di desa-desa. Tetapi dalam pengerjaannya masih menggunakan cara-cara manual dan dikerjakan di rumah mereka sendiri begitupun dengan industri pembuatan kerupuk yang peneliti ambil. Usaha industri kerupuk UD Mekar Jaya ini di mulai sejak tahun 1993 Hampir di setiap desa memiliki industri kerupuk seperti halnya di desa Prancak, kecamatan Sepulu, dan usaha ini pun pernah mengalami penurunan di dalam mendistribusikan kerupuk kepada pasar terutama yang disebabkan oleh kenaikan bahan baku sementara harga pasar kerupuk tetap tidak mengalami kenaikan.

Konsumen akan membeli suatu produk seperti kerupuk yang diinginkan dan seleranya, semua hal tersebut tidak akan berarti apabila tidak di sertai dengan strategi pemasaran yang tepat. Tujuan ini dapat tercapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang baik untuk dapat menggunakan kesempatan dan peluang sehingga posisi dan kedudukan kerupuk di desa prancak tetap dapat di pertahankan dan meningkat pasar keruput itu sendiri. Oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai arti penting dalam meningkatkan target penjualan baik dalam harga produk dan kualitas produk.

Proses pengambilan keputusan sangat bervariasi ada yang sederhana dan ada yang kompleks. Pengambilan keputusan tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian akan tetapi tingkat kenaikan harga sangat berpengaruh. Dalam tahap ini konsumen merasa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mengarah kepada proses perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas konsumen akan memperlihatkan peluang besar untuk melakukan pembelian ulang. Dalam hal ini industri kerupuk yang ada di kabupaten bangkalan harus selalu mempunyai inovasi yang baru dalam hal kualitas produk maupun dalam hal strategi penjualan agar kepuasan konsumen tetap terjaga.

Pada umumnya industri kerupuk mengalami kesulitan dalam hal memonitor, memahami, dan menganalisis faktor harga secara tepat dan benar, mengingat tingkat permintaan konsumen tinggi dan tidak sesuai dengan keputusan harga yang ditentukan perusahaan. Dengan demikian hal ini para pengusaha untuk selalu mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi dan semaksimal mungkin mencari teknik-teknik baru, karena semakin padatnya persaingan antara sesama industri yang menghasilkan produk-produk sejenis, maka industri dalam memproduksi suatu produk haruslah dapat berusaha untuk menarik dan memberi kepuasan kepada konsumen dengan berbagai cara, sehingga industri dapat mencapai laba yang maksimal serta meningkatkan penjualan, yang merupakan tujuan industri.

Harga pada perekonomian biasanya tidak lepas dari faktor permintaan dan penawaran, seperti teori dalam hukum ekonomi apabila permintaan naik sedangkan penawaran tetap secara otomatis harga akan ikut naik sesuai dengan naiknya permintaan, sebaliknya apabila permintaan tetap sedangkan penawaran

terus bertambah harga akan cenderung turun karena pada dasarnya tingkat harga akan sama dengan searah dengan tingkat permintaan dan berbanding terbalik dengan tingkat penawaran.

Seiring berkembangnya kondisi perekonomian dunia yang seiring mengalami pasang surut secara tidak langsung juga akan mempengaruhi keputusan harga kerupuk di pasaran. Hal ini disebabkan kerupuk merupakan potensi industri yang sangat diminati di masyarakat madura yang dapat dijadikan sebagai sumber penghasilan, Sumber penghasilan yang paling penting dan dibutuhkan oleh seluruh masyarakat madura salah satunya dengan industri kerupuk. Kebutuhan akan penghasilan yang berupa industri kerupuk tersebut sangat besar, yang menjadi masalah yaitu harga kerupuk di pasaran tidak sama dengan harga kerupuk yang ditetapkan oleh industri kerupuk UD. Mekar Jaya. Dalam artian, tidak ada kesamaan harga antara yang ditentukan industri kerupuk dengan harga kerupuk di pasaran.

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang di nyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang ataupun jasa.

Menurut Philip Kotler (2008:345) Harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Indikator harga (Lembang, 2010:24), yaitu : 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3.

Daya saing harga. Harga jual mempunyai implikasi yang cukup luas 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. Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Tujuan dari kebijakan penetapan harga adalah : (1) mendapatkan pengembalian investasi yang di targetkan atau pengembalian pada penjualan bersih, (2) mencegah atau mengurangi persaingan, (3) mempertahankan atau memperbaiki market share, dan (4) memaksimalkan laba.

Salah satu fenomena yang terjadi dalam kasus ini yaitu pada UD. Mekar Jaya yang merupakan salah satu industri makanan ringan yang berada di Kecamatan Sepulu. Dapat diketahui data pendapatan pada UD. Mekar Jaya Pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.2  
Tingkat Pendapatan (Rp) Bulan Juli-Desember Pada UD. Mekar Jaya

| No | Bulan     | Pendapatan (Rp) |
|----|-----------|-----------------|
| 1  | Juli      | 59.650.000      |
| 2  | Agustus   | 59.100.000      |
| 3  | September | 58.280.000      |
| 4  | Oktober   | 57.900.000      |
| 5  | November  | 57.700.000      |
| 6  | Desember  | 57.800.000      |

Sumber : UD. Mekar Jaya Kec. Sepulu Kab. Bangkalan 2016

Data pada Tabel 1.1 diatas menunjukkan adanya penurunan dan kenaikan pendapatan selama bulan juli-desember. Pada bulan Juli tingkat pendapatan mencapai Rp59.650.000, selanjutnya pada bulan Agustus mencapai Rp59.100.000, selanjutnya pada bulan September mencapai Rp58.280.000, selanjutnya pada bulan Oktober Rp57.900.000, selanjutnya pada bulan November mencapai Rp57.700.000, dan yang terakhir pada bulan Desember mencapai pendapatan Rp57.800.000.

Dari fenomena serta data diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kerupuk (studi pada industri kerupuk UD. Mekar Jaya di Desa Prancak Kec. Sepulu) hal ini mengingat bahwa bangkalan khususnya sepulu merupakan salah satu penghasil industri kerupuk di Madura.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dalam hal ini mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penentuan harga dan keputusan pembelian di UD. Mekar Jaya ?
2. Apakah ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian di UD. Mekar Jaya ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kerupuk :

1. Untuk mengetahui keputusan harga yang dilakukan oleh UD. Mekar Jaya tepat atau belum tepat.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga dan keputusan pembelian pada UD. Mekar Jaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kerupuk :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan/wawasan, dan dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama bangku kuliah, terutama di bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi pembaca

Sebagai tambahan referensi dalam penelitian selanjutnya dan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan pada bidang tersebut.

3. Bagi industri

Diharapkan dapat memberikan masukan yang bersifat positif dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mencapai tujuannya.