

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

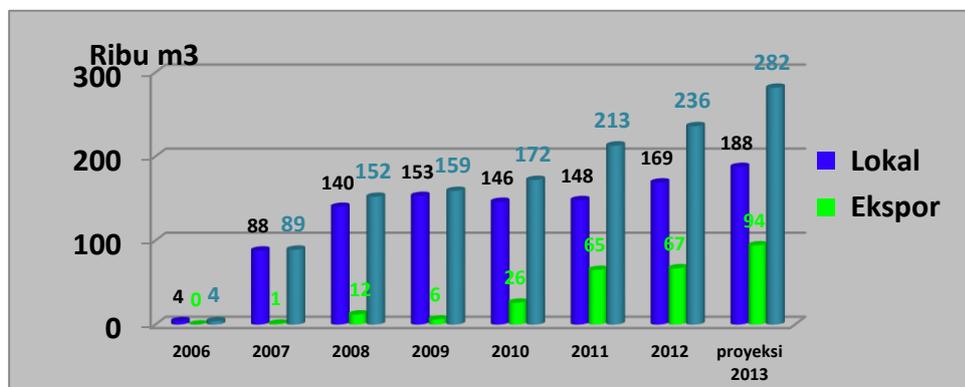
Dunia bisnis menghadapi era baru dan persaingan bisnis sekarang banyak sekali produk instan yang beredar dipasaran dengan menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaatnya masing-masing. Salah satu produk yang bermain dipasar sekaligus memiliki pasar yang sangat potensial adalah kayu lapis (*Plywood*). Adanya persaingan antar perusahaan *manufacturing* akan membuat konsumen benar-benar selektif dalam mengambil keputusan pembelian. Usaha yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan adalah dengan membuat produk yang dapat diterima oleh masyarakat. Di Indonesia sendiri telah banyak tumbuh perusahaan-perusahaan baik kecil, menengah maupun perusahaan besar. Sehingga diantara perusahaan sejenis terjadi persaingan yang ketat guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Suatu perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan- kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan *competitor* yang dapat memberikan *value* yang lebih besar kepada konsumen. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Konsekuensi dari perubahan tersebut adalah

pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar. Berdasarkan perkembangan selanjutnya. Perusahaan harus mampu mengenali secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun masa yang akan datang. Seorang manajer pemasaran harus mampu mempunyai pengetahuan yang seksama tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang terus-menerus ini, serta untuk merancang bauran pemasaran yang tepat.

Di bawah kendali *Samko Timber Group* PT. Sejahtera Usaha Bersama Jombang, tumbuh menjadi perusahaan besar yang sudah memiliki anak cabang di berbagai wilayah Jawa Timur, seperti Madiun, Banyuwangi, dan Jember. Walaupun bukan satu-satunya pabrik *plywood* yang ada di Indonesia. PT. Sejahtera Usaha Bersama tetap bisa menjual kualitas produknya dengan baik sebagaimana terlihat dari tabel penjualan *plywood* berikut.

Tabel 1.1  
Data Penjualan *Plywood* tahun 2006-2013



Sumber : Data Penjualan Plywood tahun 2013

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas terjadi kenaikan penjualan *plywood* dari tahun 2006 sampai tahun 2013. Kenaikan penjualan *plywood* di PT. Sejahtera Usaha Bersama. Membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen *plywood* di PT. Sejahtera Usaha Bersama.

Menurut Kotler (2009:143) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Keluhan-keluhan dan *complain* dari konsumen yang membeli produk *plywood*, menjadikan kualitas produk harus tetap di jaga agar perencanaan produk yang dihasilkan oleh perusahaan benar-benar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain itu produk yang dihasilkan harus mencerminkan kualitas yang baik. Hal tersebut agar sesuai dengan tujuan perusahaan yang mana produk yang dihasilkan dapat diterima dan dapat memuaskan konsumen. Karena kualitas produk merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran, keberhasilan suatu perusahaan dapat diketahui dari respon yang ditunjukkan oleh konsumen. Karena persepsi kualitas merupakan persepsi konsumen maka dapat diramalkan jika persepsi kualitas konsumen negatif, produk tidak akan disukai dan tidak akan bertahan lama dipasar. Sebaliknya jika persepsi kualitas konsumen positif, produk akan disukai. Konsumen beranggapan bahwa kualitas produk yang baik merupakan jaminan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Salah satu bentuk dari promosi penjualan adalah potongan harga (*Diskon*). Menurut Tjiptono ( 2001: 42 ). Diskon merupakan pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Perusahaan memberikan potongan harga pada produknya, pada umumnya untuk membujuk pengguna lama agar membeli lebih banyak, mendorong penggunaan produk baru, atau untuk meyakinkan pengguna untuk mencoba produk yang telah lama ada.

Berdirinya pabrik-pabrik *plywood* yang baru dengan produk-produk yang sama dan kualitas yang sama mengakibatkan produk-produk *plywood* di pasaran semakin banyak, agar konsumen tidak beralih ke pabrik *plywood* lain maka PT. Sejahtera Usaha Bersama. Memberikan potongan harga yang dianggap paling menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Banyak perusahaan begitu siap memberikan potongan harga dan persyaratan khusus untuk para penyalur dan pelanggan mereka sehingga mereka mungkin tidak menyadari betapa kecil laba yang tersisa. Perusahaan harus mengukur biaya pemberian tiap diskon atau potongan harga dibandingkan dampaknya pada penjualan. Mereka kemudian harus membuat kebijakan yang lebih baik tentang apa yang harus diberikan kepada pelanggan saat melakukan penawaran. Kebijakan potongan harga akan diberikan kepada pihak-pihak tertentu dan dapat diberikan dalam bentuk persentase tertentu dari harga jual atau dapat dilakukan secara langsung.

PT. Sejahtera Usaha Bersama merupakan salah satu perusahaan industri kayu lapis dibawah naungan *Samko Timber Group*, yang mulai kegiatan produksi tahun 2006 bulan oktober dan saat ini sudah berproduksi kurang dari 200.000 m<sup>3</sup> per tahun. Perusahaan ini bergerak dibidang perkayuan yang produk utamanya yaitu lembaran kayu lapis, sedangkan lokasi di Dusun Ketanon, Desa Diwek, Kec Diwek, Kab Jombang. Keberadaan industri kayu lapis di Jombang sendiri mampu menyerap lebih dari 4.376 tenaga kerja.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis pentingnya kualitas produk dan potongan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen *plywood*. Oleh karena itu kami tertarik untuk mengambil judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Plywood*. Di PT. Sejahtera Usaha Bersama Jombang**”.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dari latar belakang masalah diatas maka dapat kita ambil rumusan masalah yang sesuai pembahasan :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Plywood* di PT. Sejahtera Usaha Bersama Jombang ?

2. Apakah Potongan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Plywood* di PT. Sejahtera Usaha Bersama Jombang ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Plywood* di PT. Sejahtera Usaha Bersama Jombang ?
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Potongan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Plywood* di PT. Sejahtera Usaha Bersama Jombang ?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan serta nilai-nilai positif, terutama kepada :

1. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta dapat memadukan antara teori yang telah diajarkan dibangku perkuliahan dengan kenyataan dilapangan kerja.

2. Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi atau acuan peneliti lain dalam membuat suatu penelitian.

3. Fakultas Ilmu Administrasi (FIA)

Semoga hasil penelitian ini bisa memberikan khasanah ilmu pengetahuan dan tetap terus meningkatkan mutu dan kualitas

pembelajaran kepada para mahasiswa, agar kelak mampu menghadapi dunia kerja sesungguhnya.

4. PT. Sejahtera Usaha Bersama Jombang

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan PT. Sejahtera Usaha Bersama untuk meningkatkan daya beli konsumen melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.