

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang mengalami perubahan dari negara yang awalnya bisa dikatakan dengan negara agraris berubah menjadi negara industri, yang mana dampak dari banyaknya industri adalah banyaknya persaingan usaha. Dalam menghadapi persaingan industri yang semakin luas ini, mengharuskan perusahaan untuk mengubah format strategi usahanya. Hal ini menyebabkan manajemen setiap perusahaan mendapat tantangan untuk berusaha secara kompetitif menghadapi pesaing. Maka dari itu, perusahaan perlu memperhatikan dan juga mengembangkan konsep kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk menjadi salah satu elemen penting dalam usaha untuk dapat memenangkan persaingan pasar baik itu pasar lokal, nasional dan juga global. Selain itu juga dapat memberikan kepuasan kepada pembeli (pelanggan dan konsumen) karena dengan memberikan produk berkualitas, konsumen akan merasa puas atas produk yang telah ia konsumsi atau dengan kata lain kepuasan konsumen akan tercapai. (Tusa'adah, 2019)

Industri *furniture* menjadi sorotan di Indonesia pada saat ini serta tumbuh dengan pesat dan meningkatkan investasi di Indonesia. Hal ini didukung oleh kebijakan pemerintah dalam menyediakan program kemudahan Impor tujuan Ekspor (KITE) untuk Industri Kecil Menengah (IKM). Potensi industri mebel dan kerajinan Indonesia saat ini terdiri dari 3.500 unit usaha yang terdaftar sebagai eksportir resmi yang

bergabung Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI) yang tersebar di basis – basis industri yang tersebar diseluruh Indonesia dengan realisasi ekspor nasional USD 2,6 miliar yang terdiri dari USD 1,6 miliar mebel dan USD 800 juta kerajinan *home decor*. (Luis & Moncayo, n.d.)

*Furniture* sekarang ini tidak hanya sebagai perlengkapan atau interior ruangan yang masyarakat butuhkan saja, belakangan ini *furniture* sudah menjadi hobi dan *style*, *furniture* sekarang ini sudah berkembang pesat tidak hanya dari fungsi kegunaan tetapi dari bentuk variasi *furniture* yang bermacam – macam. Pelaku bisnis *furniture* yang bertambah dan berkembang karena memiliki peluang yang berjangka waktu panjang. Kesempatan peluang bisnis ini karena banyaknya perusahaan - perusahaan bisnis ataupun non-bisnis yang memerlukan *furniture* untuk menunjang kegiatan, dan setiap kehidupan berumah tangga sekarang ini dengan jumlah pasangan menikah atau yang akan menikah meningkat yang membutuhkan perlengkapan *furniture* untuk ruangan rumah (Luis & Moncayo, n.d.)

Pemasaran merupakan bagian terpenting dari strategi perusahaan baik pemasaran produk atau pun jasa. Pemasaran adalah aktivitas atau kegiatan dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat. Selain pemasaran, kualitas produk juga perlu di perhatikan.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk atau jasa untuk melaksanakan fungsinya dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti keandalannya, daya tahan yang dimilikinya, nilai kemudahannya, kebutuhannya akan perbaikan, serta nilai nilai lainnya yang juga perlu diperhatikan (Ajar Pamungkas, 2021).

Menurut **Prawirosentono (2002:6)**, menjelaskan bahwa kualitas produk adalah suatu ciri khas tertentu dari produk yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Kualitas produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk, baik itu produk barang atau produk layanan jasa, berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan dengan durabilitas, reliabilitas, serta mudahnya penggunaan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan pelanggan. Kualitas suatu produk menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk yang akan dibeli. Penting bagi setiap wirausaha dan perusahaan untuk dapat mengelola kualitas (*managing quality*) mereka dengan sangat baik. Pengelolaan kualitas ini juga pada akhirnya tertuju kepada usaha untuk mengelola pelanggan (*customer management*) dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan (*customer satisfaction*) (Tusa'adah, 2019).

Dalam dunia industri perusahaan menginginkan produknya selalu yang terbaik dari produk lain. Hal ini berfungsi untuk meningkatkan konsumen sehingga pengembangan produk akan menarik konsumen dari pesaingnya dan menjaga agar produk yang di produksi tidak terjadi penurunan. Sehingga perusahaan dituntut untuk mengembangkan kualitas produk yang sesuai keinginan konsumen, sebagai cara untuk mendapatkan profit yang tinggi dan juga untuk memuaskan pelanggannya. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan evaluasi terhadap produk yang diproduksi untuk dapat terus mengembangkan kualitas produknya (Tusa'adah, 2019).

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Untuk memahami pembuatan keputusan pembelian konsumen,

terlebih dahulu harus dipahami sifat-sifat keterlibatan konsumen terhadap produk. Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi dan dapat berubah-ubah karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, seorang pemasar perlu untuk memahami perilaku konsumen supaya kegiatan pemasaran yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien (Abarca, 2021).

Banyaknya toko mebel yang ada dan beragam di Sukabumi salah satunya adalah Toko Berkah Mebel. Toko Berkah Mebel adalah perusahaan yang berdiri pada tahun 1980 yang bergerak di bidang *furniture*. Perusahaan ini memproduksi beberapa produk mulai dari perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, dan lemari. Selain itu, menjual produk elektronik diantaranya kulkas, TV, Kipas Angin dan lainnya.

Toko Berkah Mebel memiliki visi dan mempunyai komitmen yang penting yaitu kepuasan pelanggan adalah prioritas kami. Maka dari itu, toko berkah mebel melakukan perbaikan-perbaikan terutama dalam kualitas produknya, dan terbukti dengan data penjualan yang meningkat dari tahun 1980 sampai saat ini. Pada tahun 1980 omzet penjualan Toko Berkah Mebel berkisar Rp30.000 lalu omzet tersebut meningkat pada tahun 2000 berkisar Rp50.000.000 dan saat ini omzet toko berkah mebel berkisar Rp90.000.000/Per Bulan.

Permasalahan yang dihadapi pada Toko Berkah Mebel, karena adanya Pandemi Covid-19 hal tersebut berpengaruh terhadap penjualan menurun yang mengharuskan para pelaku bisnis melakukan kegiatan dirumah dengan berbagai keterbatasan dan itu sangat berdampak pada semua aspek di bandingkan pada saat sebelum pandemi. Dan

sebelumnya penjualan terbesar yaitu dari distributor juga menjadi menurun. Dari permasalahan tersebut, Toko Berkah mebel harus mencari cara untuk membuat strategi kualitas produk yang efektif guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Toko Berkah Mebel berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan semaksimal mungkin yaitu memproduksi produknya dengan ciri khas perusahaan, kuantiti yang terbatas serta mengembangkan produknya supaya memiliki keunggulan tersendiri hingga dapat bersaing dipasaran.

Berdasarkan hasil peninjauan yang dilakukan oleh peneliti, terdapat masalah pada proses keputusan pembelian di Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi, yaitu:

1. Identifikasi Masalah (kebutuhan): Pada tahapan ini, konsumen menyadari akan suatu masalah atau kebutuhan yang diinginkannya dapat terpenuhi. Pengenalan kebutuhan terjadi ketika konsumen menghadapi pada suatu masalah yaitu keadaan yang mana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya.

Konsumen menyadari adanya kebutuhan serta adanya masalah untuk memenuhi kebutuhan mebel. Kebutuhan sekunder (mebel) berbeda dengan kebutuhan primer (makanan) yang bisa dibeli setiap hari bahkan setiap saat, karena kebutuhan untuk membeli sebuah produk mebel bisa dibeli 5 tahun sekali bahkan lebih. Kebutuhan produk mebel ini kategori produknya bukan barang yang kebutuhan sehari-hari, tetapi setiap orang memiliki keinginan untuk mengubah suasana dirumahnya serta adanya kebutuhan mebel dengan pemenuhan selera konsumen yang terus berubah.

Toko Berkah Mebel membuat produknya sendiri serta mengambil produknya dari pengrajin lain. Toko Berkah Mebel juga menjual produknya dengan 2 tipe, yaitu model klasik dan model minimalis.

Jadi, adanya masalah tentang identifikasi masalah (kebutuhan) konsumen:

Misalnya, konsumen menginginkan model yang seperti A, tetapi Toko Berkah Mebel tidak memiliki model tersebut. Akan tetapi kebutuhan konsumen yang diinginkan dapat terpenuhi, maka konsumen harus pesan produknya terlebih dahulu karena produk yang dikeluarkan pada Toko Berkah Mebel tidak selalu ada dan selera konsumen yang berbeda-beda.

Dalam masalah ini setiap konsumen sebelum melakukan pembelian di Toko Berkah Mebel melihat kualitas produk yang ada sehingga membuat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Sedangkan Toko Berkah Mebel mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan kualitas yang standar misalnya dilihat dari kualitas produk (Lemari, Sofa, dan kebutuhan rumah tangga lainnya) yang ada di Toko Berkah Mebel dan sudah menghasilkan Mutu yang cukup baik.

2. Pencarian Informasi: Pada masalah ini, tingkat baik atau buruknya setiap konsumen yang tertarik pada suatu produk akan mencari sumber informasi mengenai produk yang akan dibelinya. Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk.

Pada Toko Berkah Mebel sumber informasi yang di dapat terbatas yaitu hanya berupa gambar produk tidak membahas rinci mengenai bahan baku, ukuran dan lain-lain. Sehingga hal tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Permasalahan tersebut disebabkan oleh kualitas produk pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi, berikut peneliti jelaskan indikatornya:

1. Bahan baku melonjak naik: pada saat ini, ada bermacam-macam barang yang harganya melonjak naik membuat konsumen dengan pengusaha merasa panik karena merasakan dampaknya. Salah satu dampak yang bisa dirasakan adalah penjualan menurun terlebih saat ini sedang mengalami situasi Pandemi Covid-19 yang mengharuskan para pelaku bisnis melakukan kegiatan dirumah dengan berbagai keterbatasan dan itu sangat berdampak pada semua aspek di bandingkan pada saat sebelum pandemi. Kenaikan harga bahan baku tersebut, dirasakan pada Toko Berkah Mebel saat ini. Dengan adanya kenaikan harga membuat pemilik Toko berkah Mebel bekerja keras memutar pikiran agar bisa beradaptasi dengan kondisi tersebut. selain itu, adanya bahan baku yang melonjak naik kebutuhan dan keinginan konsumen tidak dapat terpenuhi karena produk yang ada pada Toko Berkah Mebel tidak selalu ada, maka konsumen harus pesan produknya terlebih dahulu agar selera konsumen dapat terpenuhi. Misalnya, harga kaca lemari melonjak naik menjadi 2 kali lipat dari harga awal sebesar Rp125.000/Per lembar sekarang menjadi Rp250.000/Per lembar. Bisa di buktikan, bagaimana bisnis *furniture* Toko Berkah Mebel menjadi andalan dengan kualitas produknya. Jika tidak menaikkan harga, maka keuntungan yang didapat sangat sedikit bahkan bisa merugi.

Karena harga bahan baku melonjak naik, maka upaya yang harus dilakukan yaitu memberikan pengertian kepada konsumen. Dengan adanya kenaikan harga bahan baku usaha menjadi salah satu komponen yang berpengaruh terhadap kualitas produk.

2. Kesan kualitas: kurangnya informasi pemasaran mengenai produk yang dijual oleh Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi, menyebabkan para konsumen untuk membeli produk berdasarkan kesan kualitasnya, yaitu berdasarkan harga dan merek produk. Dengan hal ini yang harus ditingkatkan oleh Toko Berkah Mebel untuk menarik konsumen dan membeli barang yang ada pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi. Sehingga para konsumen mendapatkan informasi yang jelas dan detail mengenai produk dari Toko Berkah Mebel dan memiliki kepuasan dengan keputusan pembeliannya.

Karena minimnya informasi mengenai produk yang dijual pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi, maka dari itu upaya yang perlu dilakukan adalah meningkatkan dan menyebarluaskan mengenai informasi detail produk dengan mempelajari teknik-teknik pemasaran yang sesuai dengan produk yang dijual. Sehingga konsumen dapat menilai produk tersebut melalui kualitas yang dimilikinya.

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian di Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi tentang kualitas produk yang ada di Toko Berkah Mebel sebagai salah satu bentuk komunikasi pemasaran agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian di Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi. Di dalam penyusunan skripsi ini peneliti tertarik untuk



mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BERKAH MEBEL DI KABUPATEN SUKABUMI”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi?
2. Bagaimana pelaksanaan kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen yang dihasilkan pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi?
4. Hambatan-hambatan apa saja serta upaya apa saja yang dihadapi pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi dalam pelaksanaan kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Mengetahui gambaran umum pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi.
2. Mengetahui pelaksanaan kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen yang dihasilkan pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi.
4. Mengetahui hambatan – hambatan apa saja serta upaya apa saja yang dihadapi pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi dalam pelaksanaan kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian yang penulis lakukan ini pada dasarnya mengandung dua kegunaan, dua kegunaan tersebut yaitu sebagai kegunaan teoritis dan juga kegunaan praktis. Di bawah ini adalah kegunaan dalam penelitian ini yaitu:

##### **a. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan diskusi atau sumbangan informasi bagi penelitian selanjutnya.
2. Dapat mengetahui definisi serta pengaruh kualitas produk dan keputusan pembelian pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi.
3. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai pertimbangan untuk memperluas kajian ilmu pengetahuan tentang ilmu administrasi bisnis khususnya pemasaran yang berkenaan dengan pelaksanaan kualitas produk

serta keputusan pembelian konsumen untuk mengembangkan ilmu pemasaran yang dapat diterapkan khususnya dalam kualitas produk pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi.

#### **b. Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini bagi peneliti dapat mengetahui beberapa hal yaitu:

1. Menambah pengetahuan dan melatih kemampuan dalam menganalisa suatu masalah mengenai kualitas produk, dan keputusan pembelian konsumen.
2. Menambah wawasan dalam pemasaran khususnya kualitas produk, serta dapat mengetahui perbandingan antara teori yang didapat dalam perkuliahan dengan praktek yang sesungguhnya di sebuah perusahaan.

##### **b. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dan masukan - masukan yang bermanfaat dalam menangani masalah terkait kualitas produk dalam sebuah perusahaan sehingga dapat menarik keputusan pembelian konsumen.

##### **c. Bagi Pihak Lain**

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan.

2. Sebagai wawasan, pengetahuan, tambahan informasi dan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti mengenai topik pemasaran khususnya kualitas produk pada sebuah perusahaan.

## **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Dalam memperoleh data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada Toko Berkah Mebel di Kabupaten Sukabumi. Perusahaan ini berpusat di Jalan Siliwangi-Cibolang, Batununggal, Kecamatan Cibadak, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Selain itu, perusahaan ini memiliki satu cabang yang terletak di Jalan Kampung Pajagan Tipar RT.25/RW.10 Kabandungan, Kecamatan Kabandungan, Kabupaten Sukabumi.

### **1.5.2 Lamanya Penelitian**

Adapun lamanya penelitian yang dilakukan yaitu pada bulan Februari 2022 – bulan Juli 2022.

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2022																												
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
TAHAP PERSIAPAN																														
1	Penjajakan																													
2	Studi Keperpustakaan																													
3	Pengajuan Judul																													
4	Bimbingan																													
5	Penyusunan Usulan Penelitian																													
6	Seminar Usulan Penelitian																													
TAHAP PENELITIAN																														
1	Pengumpulan Data																													
	a. observasi																													
	b. wawancara																													
	c. Penyebaran Angket																													
	d. Dokumentasi																													
	e. Studi Kepustakaan																													
2	Pengolahan Data																													
3	analisis data																													
TAHAP PENYUSUNAN																														
1	Penyusunan Laporan																													
2	Seminar Draft																													
3	Perbaikan Draft																													
4	Sidang Skripsi																													

Sumber: Data Diolah Peneliti, Tahun 2022

