

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada persaingan yang ada pada era globalisasi ini, dimana setiap perusahaan yang bergerak dibidang penjualan baik berupa produk maupun jasa akan selalu diarahkan pada naiknya suatu penawaran ataupun permintaan oleh konsumen serta persaingan yang semakin ketat, Hal-hal tersebut bisa terjadi dikarenakan besarnya kebutuhan yang ingin dipenuhi serta berbagai jenis merk yang dapat memberikan pilihan menjadi salah satu dalam meningkatnya kebutuhan. Dalam peningkatan tersebut biasanya perusahaan-perusahaan yang terlibat akan memikirkan cara agar perusahaannya dapat selalu memenuhi setiap permintaan serta penawaran yang ada dimana cara yang dilakukan yaitu meningkatkan perusahaannya baik dari segi internal serta eksternal.

Peningkatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan agar selalu dapat memenuhi kebutuhan permintaan juga bisa untuk menggungguli pesaing-pesaing yang bergerak dibidang yang sama ataupun beda, tentunya sudah tidak dipungkiri lagi bahwa dibangunnya sebuah perusahaan yang ada tentu mau mendapatkan profit/keuntungan, namun dibalik hal yang ingin didapatkan, sebuah perusahaan juga wajib untuk bisa bersaing dalam halnya kualitas, kelengkapan produk, serta pengetahuan produk, harga, promosi, serta banyak lagi hal-hal lainnya.

Pengetahuan sendiri merupakan suatu informasi yang dimana suatu hal yang disadari oleh seseorang, produk sendiri merupakan suatu barang yang dimana

berwujud serta dapat dinikmati oleh seseorang, maka dari itu pengetahuan produk merupakan suatu rincian atau informasi yang terkait dengan barang yang ada, dimana informasi yang tersedia dapat memberikan nilai tambah kepada seseorang apabila ingin memilikinya. Pengetahuan produk merupakan hal-hal yang terkait dengan karakteristik produk, pengetahuan mengenai manfaat-manfaat yang ada pada produk, resiko yang akan timbul apabila mengkonsumsinya serta kepuasan yang didapatkan (Nitisusastro dalam Irvanto and Sujana, 2020).

Dalam PT Aneka Machinery ini memang tidak sedikit dapat ditemukan konsumen yang memiliki pengetahuan mengenai produk yang akan dibeli atau digunakan, namun jauh lebih banyak juga tingkat pengetahuan yang rendah oleh konsumen terhadap produk yang akan digunakan sehingga dampak yang akan ditimbulkan bagi PT Aneka Machinery itu sendiri yaitu kepada tingkat penjualan serta membuat keputusan pembelian pada konsumen sedikit terhambat. Semakin kurangnya pengetahuan produk oleh konsumen maka semakin berkurang juga tingkat penjualan yang ada pada PT Aneka Machinery.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang terdapat pada produk dimana hal tersebut bisa berkaitan dengan daya tahan, fungsi-fungsi, dan keawetan. Kualitas produk merupakan suatu kondisi yang dimana tentunya berhubungan dengan produk ataupun jasa, dimana ukuran relative kebaikan suatu produk ataupun jasa dapat dinilai dari ketahanan, bahan yang digunakan, keawetan, serta kualitas desain (Tjiptono dalam Pradana, Hidayah, and Rahmawati, 2018).

Kualitas produk sering kali juga dijadikan sebagai sebuah patokan pada saat ingin membeli suatu produk, dimana patokan tersebut jugalah yang bisa menggambarkan seberapa baiknya atau bagusnya produk yang akan dibeli nantinya. Pada dasarnya juga merupakan hal yang harus diperhatikan dalam dunia bisnis apabila ingin dapat bersaing dengan pesaing yang ada, tentu dimana pembeli menemukan suatu produk yang kualitasnya jauh lebih baik otomatis pembeli akan mendapatkannya. Kualitas produk ini sendiri dalam pandangan masyarakat juga merupakan sesuatu hal yang terdapat pada dalam suatu barang yang dimana hasil tersebut yang akan digunakan sesuai dengan tujuan untuk apa hasil itu dimaksudkan atau dibutuhkan(Assaury dalam Asti and Ayuningtyas 2020).

Pada tingkat kualitas produk yang ada pada PT Aneka Machinery itu sendiri bisa digambarkan belum sepenuhnya dapat memberikan hasil yang baik dikarenakan ada beberapa produk yang dimana kualitasnya jauh dari rata-rata yang telah diharapkan oleh konsumen yang ada. Hal pada kualitas yang ada juga menjadi satu permasalahan yang ada sejak tahun 2021 hingga 2022 ini yang dimana akan berpengaruh pada faktor penjualan serta keputusan pembelian yang akan diambil oleh konsumen setelah mengetahuinya.

Kelengkapan produk sendiri bisa dibilang sebagai kunci dalam berbisnis, hal ini disebabkan oleh kebutuhan konsumen dimana apabila suatu perusahaan memiliki produk yang cukup lengkap agar konsumen dapat memilih dengan bebas maka dengan ini perusahaan sudah memegang kunci yang dibutuhkan dalam berbisnis, dalam kelengkapan produk terkadang juga perusahaan tidak bisa sepenuhnya untuk melengkapi setiap kebutuhan yang ada hal ini bisa disebabkan

dengan beberapa situasi dimana produk tersebut memang jarang digunakan walaupun terhitung sebagai kebutuhan. Kelengkapan produk sendiri adalah suatu keragaman produk yang dimana ditawarkan oleh perusahaan tersebut untuk memikat lebih banyak konsumen, hal ini bisa berpengaruh karena konsumen dapat memilih suatu produk dengan banyak jenis serta merk yang ada (Kotler dalam Elly 2018).

Kelengkapan produk sendiri ini juga bisa termasuk kedalam satu hal yang baik untuk dapat mempertahankan konsumen lama atau yang ada, dikarenakan konsumen lama akan jauh lebih sering datang berbelanja ketimbang konsumen baru. Apabila konsumen lama yang sudah mencari suatu produk dan tidak mendapatkannya hal tersebut akan membuat konsumen berpindah pihak kepada pesaing yang dimana memiliki suatu barang yang diinginkan (Amanah & Layla dalam Polii et al. 2022)

Tidak jauh dari sebuah pasar, PT Aneka Machinery juga merupakan sebuah perusahaan yang menjual berbagai macam spare part alat berat yang mirip seperti sebuah pasar, namun dibalik menjual berbagai macam produk terdapat juga beberapa produk yang tidak dimiliki oleh PT Aneka Machinery sehingga itu bisa menjadi sebuah celah dimana keputusan pembelian oleh konsumen juga akan berdampak.

PT Aneka Machinery merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang support spare part alat berat kontruksi yang ada di Kota Batam, dimana perusahaan ini bisa dikategorikan sebagai perusahaan dengan menjual spare part alat berat

kontruksi terlengkap yang ada, baik dari segi merk untuk komponen kecil ataupun komponen besar seperti Sprocket, Spring, Tip, Piston dan masih banyak lainnya, tidak hanya itu setiap spare part untuk jenis alat berat konturksi juga bisa dibbilang banyak seperti adanya alat dengan nama Kobelco, Komatsu, Caterpillar, Hitachi, Bomag dan masih banyak lainnya. Berikut terlampir data penjualan dari bulan Agustus 2021 hingga bulan Februari 2022.

Tabel 1.1 Data penjualan alat spare part di PT Aneka Machinery
Periode Agustus 2021 – Maret 2022

Bulan dan Tahun	Produk		
	Seal C	Bottom Roller	Bucket kit inner
Agustus 2021	14	58	1
September 2021	25	56	0
Oktober 2021	22	36	1
November 2021	10	44	0
December 2021	13	38	0
January 2022	13	38	2
February 2022	9	32	0
Maret 2022	7	26	0

Sumber : Data Penjualan PT Aneka Machinery

Pada dasarnya PT Aneka Machinery ini memiliki tingkat penjualan yang normal pada tahun sebelumnya, namun dikarenakan ada perubahan terhadap lingkungan yang ada maka tingkat penjualan pun kian menurun, hal ini disebabkan dengan beberapa faktor seperti halnya kualitas, serta pengetahuan produk yang ada.

Dapat dilihat juga dari tabel penjualan diatas bahwa mulai dari bulan Oktober 2021 sudah mulai terjadi penurunan pada penjualan hingga pada bulan Maret 2022. Oleh sebab itu dengan semakin menurunnya tingkat penjualan pada beberapa jenis spare part alat berat yang ada, maka dengan memperbaiki faktor permasalahan yang menyebabkan keputusan pembelian konsumen ini menurun merupakan hal yang harus dilakukan oleh PT Aneka Machinery agar tingkat penjualannya bisa dapat stabil Kembali serta meningkat pada tiap-tiap masa yang akan datang.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka termotivasilah penulis untuk membuat sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Aneka Machinery di Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya pemahaman pada produk oleh konsumen sehingga dalam proses bertransaksi sedikit terhambat.
2. Banyaknya persamaan antar komponen yang dapat menyebabkan konsumen salah dalam memilih produk yang akan digunakan.
3. Banyaknya merk yang ada menyebabkan konsumen selalu memperhatikan kualitas sebelum melakukan transaksi.
4. Merk dengan kualitas lebih baik akan memiliki harga yang jauh lebih mahal, dan dengan begitu konsumen juga akan sedikit susah dalam memutuskan mana yang lebih baik untuk dipilih dan digunakan.

5. Stock komponen yang belum sepenuhnya lengkap untuk beberapa alat dapat membuat konsumen menunda dalam transaksi.
6. Mencarikan produk yang sebelumnya belum distock membutuhkan waktu beberapa hari untuk sampai ketangan konsumen apabila konsumen ingin menunggunya.

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya membahas mengenai Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, dan Kelengkapan produk terhadap Keputusan Pembelian di PT Aneka Machinery.
2. Penelitian ini hanya menggunakan ketiga produk yang memiliki permasalahan yang lebih besar untuk diteliti

2.4 Rumusan Masalah

1. Apakah Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Aneka Machinery.
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Aneka Machinery.
3. Apakah Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Aneka Machinery.
4. Apakah Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, dan Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Aneka Machinery.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Aneka Machinery.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Aneka Machinery.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Aneka Machinery.
4. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Aneka Machinery.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teotiris

Manfaat yang akan didapatkan dari hasil penelitian ini adalah menambahnya wawasan bagi pembaca apabila terkait langsung dengan variable yang ada.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dimana perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai suatu faktor yang dapat mengembangkan perusahaan serta memajukan perusahaan lebih baik lagi, terutama terkait dengan permasalahan variable yang dibahas pada penelitian ini.

2. Bagi Akademik

Agar dapat memberikan hasil yang berbeda dari peneliti terdahulu dengan variable yang sama.

3. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan serta mengetahui bagaimana cara menyelesaikan suatu permasalahan yang ada dengan menggunakan Teknik ilmiah dari hasil yang sudah didapatkan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Dapat dijadikan suatu referensi dalam pengerjaan ilmiah selanjutnya dengan variable yang sama dan objek berbeda.