

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar nasional (domestik) atau maupun di pasar internasional atau *global*, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Saat ini tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini akan membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Dalam mencapai hal ini sudah sewajarnya apabila perusahaan harus memperhatikan efektifitas terhadap tujuan dan pengembangan perusahaan serta peranan seorang pemimpin sangat diperlukan dalam mengambil keputusan yang tepat, karena setiap perusahaan mengharapkan penjualan dapat lebih meningkat. Volume penjualan merupakan faktor penting dalam menentukan besarnya penerimaan yang diperoleh perusahaan.

Saat sekarang ini, sering kali ada kebijaksanaan-kebijaksanaan baru dari pemerintah yang mengakibatkan naik turunnya harga bahan baku untuk persediaan produk yang pada akhirnya masyarakat dapat menggunakan hasil produk dari suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus benar-benar menetapkan harga yang

tepat. Namun pada saat ini persaingan terhadap harga begitu ketat sehingga pihak pemasaran dituntut untuk lebih tangkas dalam menentukan harga produknya yang sesuai dengan kondisi masyarakat (Pristyo, 2013).

Sebuah produk yang sama dapat dijual dengan harga yang berbeda-beda. Baik pada perusahaan yang sama maupun beda perusahaan, harga yang berbeda-beda tetap dapat di jual. Penentuan harga jual barang ditentukan dari beberapa faktor sehingga setiap tempat dan perusahaan menetapkan harga tersendiri untuk produk yang sama

Setiap produk yang dijual memiliki harga yang berbeda walaupun bentuknya yang sama. Faktor tersebut disebabkan karena kualitas produk berbeda walaupun memiliki bentuk yang sama. Kualitas produk termasuk salah satu penentu harga penjualan dan keputusan pembelian pelanggan. Kualitas produk yang baik, akan diminati banyak pelanggan jika memiliki harga yang relatif rendah. Kualitas produk yang baik akan memiliki ketahanan yang lebih lama dan lebih mudah dipakai dibandingkan kualitas produk yang buruk seperti bangunan tidak cepat retak dengan cat kualitas bagus, karena cat merupakan lapisan pertama dari sebuah bangunan dan juga perlindungan sebuah bangunan.

Dari sisi modern, terdapat harga cat nasional terus naik tiap tahunnya karena harga bahan baku yang digunakan untuk pembuatan cat naik dan nilai tukar rupiah juga mengalami kenaikan. Walaupun harga yang terus naik, tetapi permintaan cat nasional cukup tinggi yang dipicu oleh pembangunan infrastruktur dan konsumsi cat nasional di pasar dalam negeri juga terus meningkat, sehingga perusahaan berusaha untuk mencari pelanggan.

Persaingan saat ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing (Weenas J, 2013). Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, kemasan, dan sebagainya).

Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas (Handoko, 2010:49) dalam Weenas, (2013:608). Kualitas berbeda terdapat angka penjualan dan harga yang berbeda, kualitas yang bagus dan harga yang tinggi mengakibatkan tingkat minat beli produk semakin rendah dan kualitas yang standar dan harga yang tidak begitu tinggi mengakibatkan minat beli produk lebih tinggi.

PT. Karimun Jaya Sejahtera adalah perusahaan yang bergerak dalam penjualan cat dengan produk yang berkualitas dan senantiasa mempunyai nilai yang lebih dibandingkan produk pesaing yang lain. Di samping kualitas produk, harga produk juga senantiasa mencapai jangkauan pembelian pelanggan. Produk cat yang disediakan juga terdapat kelebihan dan kegunaan masing-masing seperti cat berkualitas tinggi untuk *outdoor* dan kualitas yang berbeda lagi untuk *indoor*. Seperti yang di tampilkan pada Tabel 1.1 merupakan nama produk, dan harga produk di PT. Karimun Jaya Sejahtera.

Tabel 1.1. Nama Produk dan Harga Produk di PT. Karimun Jaya Sejahtera

DAFTAR HARGA CAT					
NO.	Nama Produk	1Lt	2.5Lt	5Lt	20Lt
1.	Catylac Interior			120.000	550.000
2.	Catylac Exterior			180.000	800.000
3.	Weathercoat	100.000		360.000	1.200.000
4.	Wall Care	50.000		200.000	600.000
5.	Weatherflex	105.000		375.000	1.000.000
6.	Supercolourlite			170.000	400.000

Sumber: PT Karimun Jaya Sejahtera (2016)

Berikut data perkembangan jumlah produk yang terbeli pada PT. Karimun Jaya Sejahtera.

Tabel 1.2. Jumlah Penjualan Produk dari Januari – September 2016

NO.	Bulan	Jumlah Produk
1.	Januari	238
2.	Februari	260
3.	Maret	249
4.	April	184
5.	Mei	167
6.	Juni	171
7.	Juli	182
8.	Agustus	154
9.	September	174

Sumber: PT Karimun Jaya Sejahtera (2016)

Berdasarkan Tabel diatas, terlihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah produk cat yang dibeli oleh konsumen pada PT. Karimun Jaya Sejahtera pada bulan Januari, Maret, April, Mei, Agustus, dan September cenderung mengalami penurunan, sedangkan pada bulan Februari, Juni, dan Juli mengalami kenaikan. Namun kembali mengalami penurunan pada bulan berikutnya. Penurunan penjualan produk ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak PT. Karimun Jaya Sejahtera dengan melakukan penelitian mengenai penyebab penurunan penjualan produk cat.

PT Karimun Jaya Sejahtera memberikan diskon atau potongan harga terhadap pembelian dengan kuantitas atau jumlah harga tertentu untuk menarik minat beli konsumen. Diskon yang diberikan bervariasi dari 5% hingga 10% tergantung pada kuantitas atau jumlah harga pembelian konsumen. Kuantitas atau jumlah harga pembelian yang lebih banyak seperti lebih dari 100 kaleng atau total harga Rp. 12.500.000,00 akan mendapatkan diskon tertentu hingga 10% atau lebih tinggi, sedangkan kuantitas pembelian yang rendah seperti minimal pembelian 50 kaleng atau total harga Rp. 6.500.000,00 akan mendapatkan diskon yang mulai dari 5%. Permasalahannya adalah kalau pembelian dibawah 50 kaleng, maka tidak ada diskon yang diberikan dari pembelian tersebut.

Penentuan harga berpengaruh pada kualitas yang terdapat pada produk. Jika harga rendah dan kualitas baik, belum tentu juga menarik minat pembelian pelanggan. Minat pembelian pelanggan terhadap produk yang dijual sangat penting terhadap keuntungan sebuah usaha. Sebuah produk dapat diminati oleh pelanggan juga terdapat faktor lain seperti kepopuleran pasaran dan lain-lain. Jika sebuah produk dengan kualitas rendah, tetapi sering ditemukan di lapangan, sehingga minat pembelian produk juga ikut meningkat karena penasarannya terhadap produk tersebut.

Demikian halnya PT. Karimun Jaya Sejahtera yang menyediakan berbagai jenis cat untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan kualitas dan harga bervariasi.

Minat yang timbul dalam diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Minat beli konsumen merupakan keinginan tersembunyi

dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. (Rizky, M. F dan Hanila, H, 2013).

Sesuai dengan latar belakang yang ada, maka penulis akan mengangkat judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT KARIMUN JAYA SEJAHTERA DI KOTA BATAM”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang di jabarkan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Potongan harga pembelian hanya berlaku dengan jumlah pembelian yang banyak dan baru mendapat potongan 5-10%.
2. Kualitas produk yang berbeda terdapat harga yang berbeda ataupun sama dan pemilihan kualitas produk tergantung kebutuhan pelanggan.
3. Tidak diketahui minat pembelian pelanggan lebih berpengaruh karena harga atau kualitas produk.
4. Banyak pesaing yang bergerak dalam bidang usaha sejenis.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah merupakan batasan pembahasan dari penelitian yang dilakukan agar penyusun laporan dapat diarahkan ke arah tujuan yang jelas. Penelitian ini memiliki batasan atau ruang lingkup penelitian yang mencakup:

1. Membatasi pembahasan harga hanya pada harga jual produk.
2. Membatasi kualitas produk sesuai indikator yang dijabarkan.
3. Membatasi produk hanya pada cat yang di jual oleh PT Karimun Jaya Sejahtera
4. Kuesioner hanya akan dibagikan kepada pelanggan yang telah membeli produk pada PT Karimun Jaya Sejahtera.
5. Populasi hanya akan diambil oleh konsumen yang berada di area Nagoya karena PT Karimun Jaya Sejahtera berlokasi di Windsor.

1.4 Perumusan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah dan membuat batasan masalah yang akan dibahas dalam sebuah penelitian, maka didapatkanlah perumusan masalah yang akan menjadi pedoman awal sebagai masalah yang akan muncul dipenelitian ini.

Untuk perumusan masalah akan dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT Karimun Jaya Sejahtera di kota Batam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT Karimun Jaya Sejahtera di kota Batam?
3. Apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT Karimun Jaya Sejahtera di kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dimaksudkan secara umum agar :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT Karimun Jaya Sejahtera di kota Batam.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT Karimun Jaya Sejahtera di kota Batam.
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT Karimun Jaya Sejahtera di kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tentang “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Karimun Jaya Sejahtera di Kota Batam” adalah sebagai berikut:

1.6.1 Aspek Teoritis

1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau input bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi PT Karimun Jaya Sejahtera, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menentukan rencana baru atau langkah

berikutnya dan dapat dijadikan sebagai bahan pegambil keputusan khususnya manajemen pemasaran.

2. Bagi akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan perbendaharaan perpustakaan Universitas Putera Batam, dan dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian dimasa yang akan datang.