BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Kebutuhan dan keinginan manusia terus berkembang dan tidak terbatas seiring dengan perkembangan zaman. Manusia tidak mampu lagi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sendri sehingga diperlukan adanya organisasi yang dapat memenuhi keinginana dan kebutuhan manusia tersebut. Dunia bisinis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Secara umum saat ini konsumen lebih memilih produk yang berharga murah namun mempunyai kualitas produk yang baik, oleh sebab itu dalam kondisi persaingan yang sangat tinggi, perusahaan harus mampu memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen dan berinovasi untuk menciptakan positioning produknya dengan baik dan memanfaatkan keunggulan-keunggulan yang ada pada produk yang ditawarkan. Perusahaan yang gagal memahami kebutuhan, keinginan, selera dan proses keputusan pembelian konsumen akan mengalami kegagalan dalam pemasaran dan penjualannya. Memenangkan persaingan perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusahan dalam

usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Syaratnya yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kottler (2009) mutu tinggi pada produk yang dihasilkan memungkinkan dalam menentukan harga juga lebih tinggi. Sementara terdapat asas yang mengatakan menurunnya laba berlaku bagi mutu yang lebih tinggi, karena jumlah pembeli yang bersedia membayar untuk mutu yang semakin tinggi semakin berkurang. Sehingga orang tidak boleh tergesa-gesa menarik kesimpulan bahwa perusahaan perlu merancang mutu setinggi-tingginya. Dengan demikian dapat disimpulkan harga dan kualitas produk mempunyai hubungan satu dengan lain. Tentu setiap perusahaan ingin adanya lebih banyak pembelian ulang dan kesetiaan konsumen, namun sebelum melakukan pembelian ulang terdapat minat beli ulang yang akan pelanggan rasakan. Perusahaan harus mengingat dalam suatu proses konsumsi pelanggan tidak akan berhenti hanya sampai pada proses konsumsinya saja, namun pelanggan akan melakukan proses evaluasi alternatif pasca konsumsi dimana hasil dari proses evaluasi tersebut adalah pelanggan merasa puas atau tidak puas terhadap konsumsi produk atau jasa yg telah dilakukannya.

Lampu hias merupakan jenis lampu yang banyak diminati oleh masyarakat, terutama yang mempunyai anak-anak. Lampu hias banyak menjadi incaran masyarakat karena bentuk dan desainnya yang unik, menarik, warna yang bagus dan fleksibel sehingga dapat digunakan dimana saja. Bukan hanya sebagai

hiasan kamar atau ruang tamu, lampu hias ini juga bisa digunakan sebagai lampu tidur.

Usaha lampu hias adalah usaha yang dimiliki oleh Putu Mas Adi Poniatmaja yang biasa di panggil Ponyat. Awalnya ponyat sudah lama memiliki skil dan keahlian di bidang seni, diantaranya membuat ogoh-ogoh, ogoh-ogoh yang dibuat nya pernah sampai dijual ke luar desa dengan berbahan sterfoam. Setelah mampu menyelesaikan pendidikan, putu ponyat bekerja di suatu hotel yang penghasilannya bisa dibilang kurang untuk memenuhi kebutuhan hidup, kemudian munculah ide kreatif untuk membuka usaha lampu hias dengan tema produksinya “Lampu Hias Bali” dengan motto “Selaung young Creative”. Karena kekurangan modal dan tidak memiliki tempat usaha, akhirnya Putu Ponyet bekerja sama dengan pamannya dan salah satu temannya. Sekarang usaha ini sudah lumayan berkembang, hanya saja ada beberapa masalah yang dihadapi oleh Putu Ponyet, antara lain menentukan kualitas produk dan harga yang sesuai untuk produk yang dipasarkan.

Produk lampu hias yang ada di Desa Bondalem memiliki daya tarik tersendiri karena bahan yang digunakan untuk membuat produk lampu hias adalah paralon bekas yang sudah tidak digunakan, serta desain yang bisa di buat sendiri menurut selera konsumen juga memberikan daya tarik tersendiri untuk konsumen agar melakukan pembelian lampu hias di Desa bondalem.

Produk yang ditawarkan sudah lumayan banyak, perusahaan menerima pesanan dan desain yang dibuat bisa langsung dari konsumen atau di desain oleh pengrajin dari perusahaan, tergantung perminatan konsumen. Adapun beberapa produk yang ditawarkan yakni, lampu hias untuk belajar, untuk tidur dan masih

banyak lagi. Dengan desain yang berbeda sesuai dengan perminatan dan selera konsumen. Satu produk lampu hias biasa diselesaikan kurang lebih 4-5 jam dengan harga sekitar 100-150 ribu sesuai desain dan ukuran produk. Semakin bagus desai yang dibuat semakin tinggi harga jual lampu hias.

Dari awal berdiri pada tahun 2019 produk dari usaha lampu hias ini sangat diminati oleh konsumen, namun karena beberapa hal usaha lampu hias ini mengalami penurunan penjualan. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.1

Tabel 2.1
Tingkat Penjualan Produk Lampu Hias

No	Jenis Lampu Hias	Tingkat Penjualan Perbulan					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Desai Logo	40	38	42	30	10	5
2	Desai Ornamen Bali	32	28	30	21	15	26
3	Desain Kaligrafi	33	35	30	15	31	8
4	Desain Lukisan Pemandangan	40	40	38	17	18	29
5	Desain Brand	28	25	30	9	3	10
6	Desain Hadiah Pernikahan	15	17	10	23	27	15
Total Penjualan		188	183	180	110	104	88

Pada tabel 2.1 menunjukkan tingkat penjualan Lampu Hias di Desa Bondalem periode Januari-Juni 2020 berada di posisi terendah, dimana tingkat penjualan Lampu Hias di desa Bondalem mengalami penurunan. Pada bulan Januari sampai Februari jumlah penjualan Lampu Hias mengalami penurunan sebesar 2,66%, bulan Februari sampai Maret kembali mengalami penurunan sebesar 1,63%, bulan Maret sampai April mengalami penurunan sebesar 38,89%, bulan April sampai Mei mengalami penurunan sebesar 5,45%, dan pada bilan Mei sampai Juni kembali mengalami penurunan penjualan sebesar 15,38%.

Rendahnya tingkat penjualan Lampu Hias di Desa Bondalem disebabkan karena minat beli ulang yang rendah.

Perusahaan tidak dapat menurunkan harga dari produk lampu hias ini, meskipun dalam kondisi masa pandemi ini, karena jika perusahaan menurunkan harga maka keuntungan yang didapatkan sangat sedikit, sedangkan konsumen mengharapkan penurunan harga dari produk lampu hias di masa pandemi ini, oleh karena itu minat beli ulang produk lampu hias menurun karena ekspetasi konsumen tidak sesuai dengan yang terjadi di perusahaan. Bahkan perusahaan menaikkan harga produk lampu hias yang semula harga sebesar 100 ribu rupiah menjadi 125 ribu rupiah. Harga yang meningkat dengan kualitas produk yang sama menyebabkan minat beli ulang terhadap lampu hias di desa bondalem ini menurun. Dalam menjalankan bisnis, pelaku bisnis harus selalu mengamati dan mengikuti perubahan *trend* karena sangat berpengaruh terhadap minat beli ulang. *American Marketing Assosiation* mendefinisikan prilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisis, prilaku, dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Prilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap minat beli ulang sebuah produk, minat beli ulang pada toko lampu hias untuk pembelian ulang lampu hias dilihat dari kualitas produk yang di produksi oleh toko lampu hias. Produk yang dijual sudah memberikan produk yang terbaik seperti dari bahan, keuatan produk dan fungsi dari produk tersebut. hal tersebut yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen untuk membeli produk lampu hias di desa bondalem.

Toko Lampu Hias yang ada di Desa Bondalem menawarkan harga yang dapat dijangkau sesuai sasaran konsumen untuk kalangna menengah kebawah,

serta sesuai dengan kualitas produk lampu hias tersebut, maka harga yang ditawarkan sangat mempengaruhi minat beli ulang konsumen, bila harga yang ditetapkan di pasar sesuai maka konsumen akan tertarik untuk membeli ulang produk dari toko lampu hias di Desa Bondalem. Harga menjadi aspek terpenting dalam penilaian produk/jasa. Harga suatu produk/jasa merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen (Saladin, 2008: 95). Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasan terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal (Gitosudarmo, 2008: 271).

Penelitian sebelumnya Wardani (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen muslim, sedangkan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen muslim. Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Nisa (2018) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Penelitian tersebut didukung pula oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Halim (2019) yang menyatakan bahwa secara parsial variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli ulang.

Menyadari pentingnya minat beli ulang konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan oleh suatu usaha, maka dapat diajukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Usaha Lampu Hias di Desa Bondalem"**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat diidentifikasikan beberapa permasalahan yang terjadi pada Usaha Lampu Hias Yang Ada Di Desa Bondalem sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan tingkat penjualan lampu hias pada usaha lampu hias di desa bondalem periode bulan Januari-Juni 2020.
2. Rendahnya minat beli ulang dikarenakan kualitas produk dan harga yang tidak sesuai.
3. Terjadinya ketidak konsistenan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah pada usaha Lampu Hias yang ada di Desa Bondalem, maka peneliti hanya melakukan penelitian terkait kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas, kemudian minat beli ulang produk sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk lampu hias di Desa Bondalem?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk lampu hias di Desa Bondalem?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk lampu hias di Desa Bondalem?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji:

1. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang pada usaha lampu hias di Desa Bondalem.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada usaha lampu hias di desa Bondalem.
3. Pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada usaha lampu hias di Desa Bondalem.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalan pemahaman tentang ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran yang terkait dengan kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang konsumen di usaha lampu hias yang berada di desa Bondalem.

2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen usaha lampu hias Desa Bondalem dalam menentukan kebijakan melaluin informasi yang di dapat dalam penelitian ini, khususnya mengenai kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang konsumen di usaha lampu hias yang berada di desa Bondalem.