

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Maraknya perusahaan *Home Industry* dewasa ini memberikan angin segar terhadap roda perekonomian masyarakat dan Negara secara luas, bukan tidak mungkin persaingan pasar semakin ketat seiring dengan pola fikir dan gaya hidup masyarakat yang makin modern, ini di tunjang dengan banyaknya referensi gaya bisnis masing-masing perusahaan yang memberikan ciri khas masing-masing dengan tujuan untuk memikat minat para konsumen agar memilih produk yang mereka buat menjadi pilihan utama.

Melihat fenomena seperti ini sudah sewajarnya pemerintah memberikan perhatian intens terhadap perkembangan bisnis *Home Industry* yang sering sekali terabaikan karena dianggap skup produksinya kecil dan masih di buat secara tradisional, sehingga penikmat produk dalam artian konsumennya juga bisa dikatakan masih sedikit, tetapi perspektif semacam ini perlu dikaji lebih selektif lagi karena belum tentu konsumen sedikit, barang tidak layak di konsumsi tetapi banyak faktor yang harus di tinjau sebagai suatu dukungan yang sangat mempengaruhi bertambahnya konsumen yang tadinya tidak tahu menjadi tahu terhadap produk yang memang layak untuk di beli karna memiliki kualitas rasa yang enak dan bagus.

**Anna Siti Fathonah, 2013**

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar endah Kota Banjar  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Paparan di atas bisa dibuktikan melalui survey bahwa ternyata dewasa ini justru *Home Industry* menjadi tujuan utama para konsumen karena ternyata produknya tidak kalah menarik dan rasanya juga tidak kalah enak dengan barang-barang produksi pabrik besar yang memang sudah memiliki banyak kelebihan menggunakan teknologi tinggi dalam memproduksi makanan. Di samping itu, melihat karakteristik masyarakat dewasa ini di jaman yang kian modern berimbas pada pola fikir dan sikap konsumen dalam hal membeli barang, mereka sudah tidak lagi berfikir lama-lama untuk menentukan membeli atau tidak meskipun harga tinggi atau di anggap mahal untuk kalangan tertentu, karena memang mereka sudah mengetahui kualitas makanan yang dibelinya mempunyai daya nikmat yang luar biasa untuk di nikmati.

Seiring dengan makin banyaknya *Home Industry* dewasa ini, terlihat sudah perhatian pemerintah terhadap usaha kecil menengah ini dengan memberikan fasilitas-fasilitas yang menunjang terhadap perkembangan bisnis *Home Industry* misalnya dengan adanya Program KUR (Kredit Usaha Rakyat), ini sebagai bentuk dukungan pemerintah dalam membantu memajukan usaha-usaha kecil menengah, dengan bunga pinjaman yang tidak terlalu tinggi sehingga sangat meringankan para pengusaha *Home Industry* ketika mereka harus mengembalikan modal pinjaman.

Dengan kondisi yang seperti ini sangat menunjang sekali terhadap eskalasi produksi tiap-tiap perusahaan, tidak hanya itu perusahaan *Home Industry* makin termotivasi untuk terus berinovatif mengembangkan

kreatifitas-kreatifitas untuk produk yang mereka buat mulai dari inovasi dalam kemasan sampai teknik memberikan variasi harga yang seimbang dengan nilai kebutuhan dan kemampuan masyarakat untuk membeli tanpa mengurangi kualitas dari produk makanan atau barang yang di produksinya.

Paparan diatas menggambarkan bahwa perusahaan *Home Industry* mengalami pasang surut dalam usahanya termasuk perusahaan *Home Industry* Fajar Endah. Pada waktu itu perusahaan *Home Industry* belum ramai yang memproduksi goreng sale yang bahan bakunya adalah pisang ambon, karena itulah produksi Fajar Endah memiliki ke khasan rasa dan bentuk dan dianggap memiliki citarasa yang enak menurut konsumen, pemilik usaha ini bernama Bpk Tatang Suhada, sebetulnya yang memiliki skill membuat goreng sale adalah sang istri yang pada waktu itu berusaha berkreasi usaha dengan kemampuannya meracik bahan goreng sale yang renyah dan manis, kenapa perusahaan ini dinamakan goreng sale Fajar Endah, kebetulan Fajar diambil dari anak ke tiganya dan Endah nama dari anak ke duanya. Usaha *Home Industry* ini awalnya belum memiliki P-IRT dan No Dinkes juga cap halal karena pada waktu itu cakupannya masih berjualan dirumah dan barangnya dititipkan di warung-warung kecil dengan menggunakan keler dan plastic kecil yang di lem dengan panas lilin.

Seiring dengan berjalannya waktu perusahaan *Home Industry* Fajar Endah mengalami eskalasi penjualan yang lumayan signifikan, hal ini ditandai dengan permintaan pesanan sale dari konsumen secara pribadi yang datang

**Anna Siti Fathonah, 2013**

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar endah Kota Banjar  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

langsung ke rumah makin banyak, sehingga pada waktu itu perusahaan menambah jumlah produksi dengan modal seadanya tetapi masih mencukupi jumlah pesanan dan mengubah bentuk kemasan dari tadinya plastik polos dan tipis pada waktu itu mulai digunakan sablon pada plastiknya, dan pada waktu itu produk sudah masuk di toko-toko sehingga penjualan barang semakin mengalami peningkatan.

Sebagai prediksi awal penelitian, dibawah akan ditampilkan tabel target penjualan 10 tahun terakhir:

**TABEL 1.1**  
**DATA PERKEMBANGAN PENJUALAN PERIODE 2003 - 2012**

TAHUN	TARGET PENJUALAN	TARGET TERCAPAI	TARGET TIDAK TERCAPAI
2003	100 Kg	96,09	3,91
2004	100 Kg	25,41	74,58
2005	100 Kg	39,58	60,41
2006	100 Kg	15,75	84,25
2007	100 Kg	50,25	49,75
2008	100 Kg	46,25	53,75
2009	100 Kg	42,08	57,91
2010	100 Kg	50,5	49,5
2011	100 Kg	56,25	43,75
2012	100 Kg	58,75	41,25
RATA – RATA		48,1	51,9

*Sumber Data : Perusahaan Fajar Endah Kota Banjar (Februari 2013), data diolah*

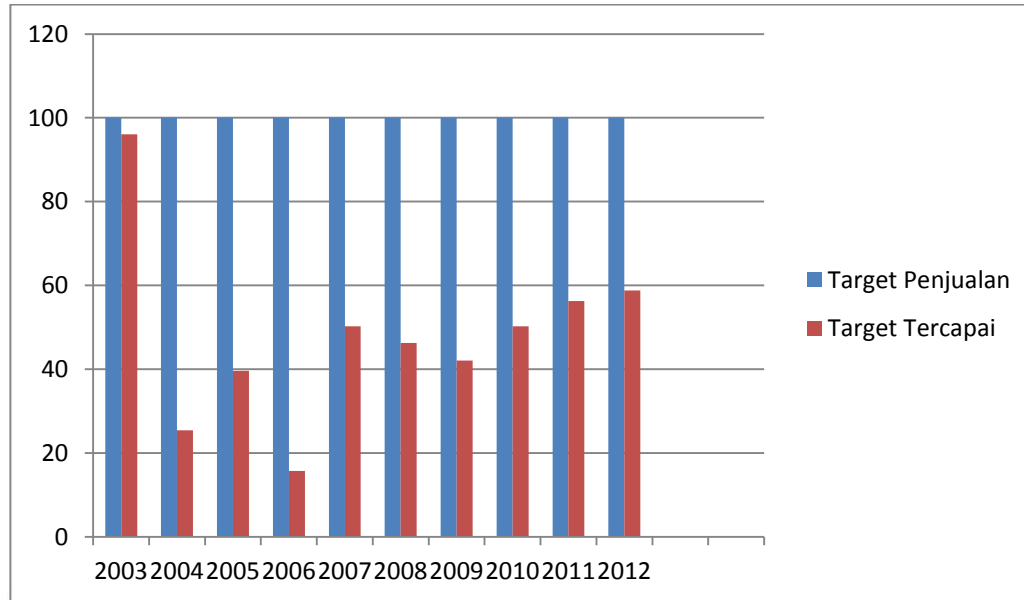
Dari data diatas dapat kita ketahui bahwa pencapaian target penjualan masih dibawah rata-rata. Hasil laba perusahaan per tahun dari mulai perusahaan berdiri sampai tahun 2012, hasil rata-rata laba per tahun mengalami penurunan atau kekacauan managemen di tahun 2007 2008 dan 2009 khususnya, karena di

**Anna Siti Fathonah, 2013**

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar endah Kota Banjar  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kurun waktu tiga tahun ini benar-benar perusahaan mengalami keterpurukan produksi, kemudian stagnan cenderung relatif naik sampai dengan tahun 2012, di periode ini meskipun angka pendapatan menjulang tinggi tetapi pada waktu ini perusahaan mendapatkan peringatan jatuh tempo dari dua Bank yang memberikan tambahan modal atas utang usahanya yang selama 3 tahun tidak tepat pembayarannya, jadi seharusnya dibayar angsuran kredit selama 3 tahun sementara perusahaan harus mengalami perpanjangan waktu angsuran selama lima tahun dengan jumlah setoran pokok dan bunganya bertambah besar jadi kalo di rinci perusahaan pada kurun waktu ini harus membayar utang perbulan pada dua Bank kira - kira Kurang lebih RP 4.500.000. jadi kalau di uraikan lagi pendapatan per bulan perusahaan pada kurun waktu 2007 s/d 2012 adalah Rp.6.000.000 di kurangi utang per bulan Rp 4.500.000 maka laba bersihnya kira-kira Rp.1.500.000 per bulan x 12 bulan/per tahun = Rp.18.000.000, kondisi ini dikarenakan adanya permasalahan interen perusahaan yang berdampak pada pengelolaan modal usahanya yang agak kacau. Jadi bisa dikatakan sebetulnya perusahaan tidak mengalami perubahan pendapatan yang berarti masih bisa dikatakan konstan dari tahun sebelumnya meskipun pendapatannya jika di lihat pada tabel menjulang tinggi.

**GAMBAR 1.1**  
**PENJUALAN BARANG PRODUKSI FAJAR ENDAH PERIODE**  
**2003-2012**



*Sumber Data : Perusahaan Fajar Endah Kota Banjar (Februari 2013), data diolah*

Data grafik di atas bisa dijadikan gambaran data penjualan produksi sale di tahun 2003 s/d 2012 yang masing - masing target penjualan yang seharusnya dicapai oleh perusahaan di tandai dengan grafik warna biru, sedangkan grafik warna merah menandakan target yang tercapai oleh perusahaan. Dari gambaran grafik di atas meskipun hanya sebagai sampel di ambil hanya pada kurun waktu 2003 s/d 2012 saja bukan tidak ada alasan, karena kurun waktu ini perusahaan mengalami kompleksitas masalah interen maupun eksteren yang sangat mempengaruhi pada target pemasaran, sehingga dapat dilihat fluktuasi penjualan tidak stabil kadang antara satu bulan yang satu dan yang lainnya target penjualan sangat timpang antara seharusnya perusahaan minimal harus menjual 100 kg per bulan tetapi kenyataannya tidak bisa sesuai target, tentu saja

**Anna Siti Fathonah, 2013**

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar endah Kota Banjar  
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

faktor modal jadi kendala. Terkadang pesanan yang datang tidak bisa di layani karena memang modalnya kurang mencukupi.

**TABEL 1.2**  
**TABEL PRA PENELITIAN**

ITEM PERTANYAAN	SANGAT BAIK	BAIK	CUKUP	KURANG	SANGAT KURANG
• Pemilihan produk	-	8	30	-	2
• Pemilihan merk	-	9	28	-	3
• Pemilihan penyalur	-	4	-	31	5
• Waktu pembelian	-	7	-	27	6
• Jumlah pembelian	-	2	32	-	6

*Sumber Data : Survey Pra Penelitian Februari 2013, data diolah*

Dari table diatas dapat dilihat bahwa keputusan pembelian sale goreng Fajar Endah Kota Banjar ini mengalami kondisi yang tidak baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban Responden yang diambil dari 40 orang.

Dari 40 orang tersebut tidak ada seorang pun yang memilih kategori sangat baik. Bahkan yang terjadi rata-rata mereka hanya memilih jawaban tertinggi yaitu kategori baik rata-rata sebanyak 0,15% (6/40), kategori cukup rata-rata sebanyak 75 % (30/40), kategori kurang rata-rata sebanyak 72,5% (29/40) dan kategori Sangat kurang rata-rata sebanyak 0,11% (4,4/40).

Pada kurun waktu tahun 2007-2012 perusahaan bisa dikatakan bangkit kembali meskipun dengan pendapatan yang relative konstan naik ,dan pada rentan tahun ini juga perusahaan mulai mempunyai Sertifikat produksi pangan

**Anna Siti Fathonah, 2013**

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar endah Kota Banjar  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

industry rumah tangga dari Dinas Kesehatan setempat dengan No P-IRT NO.214327901103 dan sertifikat halal ber NO: MUI-JB 01101021250407 dari MAJELIS ULAMA INDONESIA PROPINSI JAWA BARAT, juga dana bantuan program KUR dari pemerintah yang bekerjasama dengan salah satu Bank. Tetapi dana ini tetap saja dirasa kurang karena pada waktu itu modal KUR yang di berikan pada perusahaan home industry di batasi dengan ketentuan perkelompok usaha pada waktu itu dana turun 60.000.000 untuk satu kelompok usaha kecil yaitu 10 orang pemegang usaha *Home Industry*, jadi tiap orang dalam kelompok tersebut hanya mendapatkan bantuan Rp. 6.000.000, dana yang minim ini jelas masih dirasa belum memadai jika perusahaan ingin melebarkan sayap dan menaikkan kualitas produk lebih maksimal lagi juga belum jika bahan baku yang tiba-tiba naik sehingga masih dirasakan benturan-benturan penjualan yang tidak maksimal, untuk itu perusahaan kadang kala harus tutup lobang gali lobang mencari dana bantuan lain sehingga kadang-kadang juga meskipun pendapatannya bagus tetapi jika dibanding harus menutup utang usahanya kadang bisa dikatakan konstan pendapatannya,

Kemudian pada tahun 2004 – 2006 mengalami penurunan jumlah penjualan yang dipengaruhi oleh keterbatasan modal karena alasan interen dan kondisi ini sangat mempengaruhi terhadap semua produktivitas usaha salah satunya plastik kembali seperti dahulu tidak lagi di sablon dan tampilannya jadi kurang menarik juga bahan baku sale babangi (istilah pisang yang sudah dijemur) kualitasnya menurun karena pada waktu itu pisang ambon agak sulit



dipasaran oleh sebab itu konsumen kehilangan identitas kemasan yang menjadi ciri khas dari produk goreng sale pisang ambon Fajar Endah, ada sebagian konsumen yang berkata “Kok sekarang rasanya jadi agak kecut dan bau asap, kenapa ya?!”. “Kayanya saya jadi kurang PD nih bawanya buat oleh-oleh, apalagi bungkusnya “telanjang” kaya gini jadi kurang percaya nanti kalau sale ini benar-benar buatan Fajar Endah”. Dari pernyataan konsumen ini kelihatan sekali penurunan kualitas rasa dan kemasan sangat mempengaruhi pada keputusan konsumen untuk membeli produk, karena bahan baku Pisang ambon pada waktu itu agak jarang maka si pengepul memaksakan kualitas pisang yang belum matang dikarbit dan penjemuran menggunakan teknik pengasapan jadi rasa dan baunya kecut dan bau asap, juga pada waktu itu kemasan tidak lagi memakai sablon jadi hanya memakai pelastik seadanya.

Di bawah ini akan di uraikan mengenai Data indicator variable pra survey oleh penulis untuk melihat perbandingan perubahan hubungan antar variable sebelum dan sesudah diteliti :

**TABEL 1.3**

**TABEL PRA PENELITIAN**

ITEM PERTANYAAN	SANGAT BAIK	BAIK	CUKUP	KURANG	SANGAT KURANG
• Kinerja	-	8	26	-	6
• Keandalan	-	9	25	-	6
• Fitur	-	5	-	28	7
• Daya tahan	-	8	27	-	5
• Kesesuaian	-	5	-	33	2
• Kemampuan diperbaiki	-	6	-	30	4

Anna Siti Fathonah, 2013

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar Endah Kota Banjar  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ITEM PERTANYAAN	SANGAT BAIK	BAIK	CUKUP	KURANG	SANGAT KURANG
• Keindahan tampilan	-	3	-	17	20
• Kualitas yang dirasakan	-	9	28	-	3
• Ukuran	-	9	24		7
• Bentuk	-	7	-	28	5
• Bahan dasar	-	15	20		5
• Tulisan	-	3	-	5	32
• Warna	-	2	-	34	4

*Sumber Data : Survey Pra Penelitian Februari 2013, data diolah*

Dari tabel diatas dapat kita ketahui kondisi ini jelas sangat menghambat pada harapan ketercapaian tujuan usahanya sehingga perusahaan perlu berusaha keras untuk mempertahankan produktifitas usahanya. . Hal ini dapat dilihat dari jawaban Responden yang diambil dari 40 orang.

Dari 40 orang tersebut tidak ada seorang pun yang memilih kategori sangat baik. Bahkan yang terjadi rata-rata mereka hanya memilih jawaban dengan baik kategori baik rata-rata sebanyak 0,17% (7/40), kategori cukup rata-rata sebanyak 0,62 % (25/40), kategori kurang rata-rata sebanyak 0,62 % (25/40) dan kategori Sangat kurang rata-rata sebanyak 0,20% (8,23/40). Data dan paparan di atas akan dijadikan pijakan untuk menjadi pertimbangan analisis temuan dilapangan oleh penulis.

Dari paparan di atas, penulis berminat untuk meneliti salah satu perusahaan Home Industry di kota Banjar yang memproduksi goreng sale pisang ambon,penulis memilih judul penelitian yaitu ***“Pengaruh Kualitas Produk dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada***

**Anna Siti Fathonah, 2013**

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar endah Kota Banjar  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*Perusahaan Home Industry Goreng Sale Pisang Ambon Fajar Endah Kota Banjar) “*

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sebagaimana telah diuraikan diatas, bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Atribut produk yaitu unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Dalam konsep produk menegaskan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan ciri-ciri paling berkualitas, berkinerja atau inovatif. Para manajer dalam organisasi memusatkan perhatian untuk menghasilkan produk yang unggul dan meningkatkan kualitasnya sepanjang waktu. Mereka berasumsi bahwa para pembeli mengagumi produk-produk yang dibuat dengan baik serta dapat menghargai mutu dan kinerja ( Kotler diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A Rusly, 2002:20). Jadi kesimpulan dari kualitas produk adalah totalitas dari karakteristik produk yang meliputi kinerja, ciri-ciri produk, keandalan produk, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan produk, pelayanan, estetika produk dan kualitas termasuk pengemasan yang dipersepsikan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Mengingat banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian, dengan ini penulis akan membatasi pada masalah kualitas. Mengingat fungsi kualitas merupakan salah satu komponen yang

**Anna Siti Fathonah, 2013**

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Home Industri Goreng Sale Pisang Ambon Fajar endah Kota Banjar  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penting, karena berhubungan dengan rasa, kepercayaan dan prestise bagi konsumen.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka secara umum permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan dalam pertanyaan sebagai berikut : “Bagaimanakah pengaruh kualitas produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian ?”. Untuk itu untuk mempermudah analisa hasil penelitian, maka masalah pokok tersebut dijabarkan dalam sub masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas kemasan terhadap keputusan pembelian?
- c. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian?

### **1.4 Maksud, Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Adapun maksud penulis mengadakan penelitian ini adalah untuk mengungkap masalah-masalah yang ada di lapangan khususnya pengaruh kualitas produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran perbaikan di masa yang akan datang.

#### 1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini untuk mengetahui :

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- b. Pengaruh kualitas kemasan terhadap keputusan pembelian.
- c. Pengaruh kualitas produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian.

#### 1.4.3 Kegunaan Penelitian

Setelah penelitian ini selesai maka hasil penelitiannya dapat berguna untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi keilmuan yang berarti tentang konsep-konsep pengembangan manajemen pemasaran sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari manajemen industri dalam rangka peningkatan kualitas produk dan kemasan dalam hal ini industri besar menengah dan kecil, serta konsep-konsep keilmuan yang dapat mendorong volume penjualan yang pada gilirannya dapat berimplikasi pada peningkatan kualitas produk dan kemasan secara keseluruhan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran logis-pragmatis untuk mengambil langkah-langkah strategis dalam pengembangan manajemen pemasaran dan industri pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

3. Secara spesifik, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi penentu kebijakan masalah perdagangan di lingkungan Deperindag dalam rangka meningkatkan kualitas produksi agar lebih baik dan terjamin.

