

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

ATK atau alat tulis kantor sekarang ini sudah menjadi kebutuhan semua orang khususnya di kalangan pelajar. Kebutuhan akan alat-alat tulis ini sering kali menjadi kebutuhan yang tidak terduga untuk dibeli. Seiring dengan berkembangnya dunia pendidikan di Indonesia, pemerintah menerapkan sistem kelulusan Ujian Akhir Nasional (UAN) pertama kali pada tahun 2004 bagi siswa SD, SMP dan SMA. Dimana pada saat mengerjakan soal ujian, siswa harus menggunakan pensil jenis 2B untuk menghitamkan jawaban.

Pensil adalah alat tulis dan lukis yang awalnya terbuat dari grafit murni. Penulisan dilakukan dengan menggoreskan grafit tersebut ke atas media, namun grafit murni cenderung mudah patah, terlalu lembut, memberikan efek kotor saat media bergesekan dengan tangan, dan mengotori tangan saat dipegang. Karena itu kemudian diciptakan campuran grafit dengan tanah liat agar komposisinya lebih keras. Selanjutnya komposisi campuran ini dibalut dengan kertas atau kayu.

Komposisi tersebut bisa kita ketahui karena pasti tercetak / tertulis jelas pada batang pensil. Unsurnya adalah 3 huruf yaitu H, F dan B. H berarti *Hardness* (yaitu tingkat kekerasan, skalanya antara H, 1H sampai 9H, semakin tinggikannya berarti semakin keras). F berarti *Fine* (yang diperuntukan untuk menuliskan tanpa skala). B berarti *Blackness* (tingkat kehitaman dari mulai B, 1B, 9B bahkan 9xxB).

Sebetulnya tidak ada patokan atau aturan dalam memilih dan menggunakan pensil. Selain karena selera, ada beberapa jenis dan bentuk pensil yang disesuaikan dengan fungsinya. Panitia ujian biasanya mengharuskan menggunakan pensil 2B untuk lembar jawaban komputer. Itu karena hanya coretan pensil 2B yang bisa dibaca oleh komputer. Coretan pensil yang terlalu tebal atau terlalu tipis tidak akan bisa dibaca oleh komputer. (<http://id.shvoong.com/humanities/arts/2078372-jenis-jenis-pensil/#ixzz1sN61ucq7>).

Penyelenggaraan ujian nasional menjadi kesempatan produsen pensil 2B untuk meningkatkan penjualan. Pada musim ujian, kenaikan permintaan bisa meningkat tiga kali lipat. Kualitas terbaik menjadi salah satu faktor untuk merebut perhatian pasar. Ujian nasional menjadi bagian yang tak terpisahkan dari rangkaian proses belajar mengajar di sekolah. Bahkan, sebagian besar pelajar menganggap ujian sebagai bagian yang menentukan kelangsungan pendidikan, salah satunya menyediakan peralatan tulis berkualitas lantaran pengisian lembar jawaban umumnya menggunakan teknologi komputerisasi. (<http://peluangusaha.kontan.co.id/news/pensil-2b-berebut-pasar-pelajar-saat-musim-ujian-tiba-1/2011/04/15>).

Sejak saat itu, produsen pensil 2B mulai kompetitif untuk menguasai pasar. Di Indonesia, ada dua merek pensil 2B yang cukup terkenal sejak dulu yaitu *Staedtler* dan *Faber Castell*. Keduanya bersaing untuk menjadi *leader* dalam produk ATK, khususnya pensil jenis 2B.

Tabel ini menunjukkan Top Brand Indeks (TBI) pensil hitam yang diminati oleh konsumen dari berbagai merek :

Tabel 1.1
Top Brand Indeks Pensil Hitam di Indonesia
Tahun 2010-2012

Merek	TBI		
	2010	2011	2012
Faber Castell	35,8 %	40,4 %	56,4 %
Staedtler	13,7 %	18,7 %	16,6 %
Joyko	3,6 %	6,6 %	11,5 %
Kenko	1,2 %	1,7 %	-
Standard	1,2 %	1,7 %	-
Titi	-	1,2 %	-
Greebel	-	-	4,3 %
Stabilo	-	-	3,4 %
Artline	-	-	1,7 %
Pentel	-	-	1,0 %

Sumber: Modifikasi Majalah Marketing edisi 04/XII/April 2012

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan top brand indeks pensil hitam selama 3 tahun terakhir. Persentase tersebut memperlihatkan bahwa *Faber Castell* masih menjadi *market leader* dibanding *Staedtler* dalam penjualan pensil hitam dengan selisih yang cukup jauh.

Menurut Fransiska Remila, Brand Manager PT Faber Castell International Indonesia, menjelang musim ujian nasional, potensi kebutuhan pensil 2B bisa mencapai 10 juta batang. Angka itu muncul dari perhitungan jumlah pelajar yang sedang menjalani ujian akhir, baik yang duduk di bangku sekolah dasar (SD), sekolah tingkat pertama (SMP), maupun sekolah tingkat atas (SMA). Belum termasuk para calon mahasiswa yang sedang mengikuti ujian masuk universitas.

(<http://peluangusaha.kontan.co.id/news/pensil-2b-berebut-pasar-pelajar-saat-musim-ujian-tiba-1/2011/04/15>).

Jawa Barat merupakan salah satu daerah pendidikan di Indonesia. Menurut data Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional (DEPDIBUD), pada tahun 2011 Jawa Barat berhasil menduduki peringkat kedua sebagai lulusan terbaik di bawah Bali yaitu dengan persentase kelulusan siswa mencapai 97%. (<http://www.tempo.co/read/news/2012/04/16/178397349/Jawa-Barat-Incar-Ranking-Satu-Ujian-Nasional>).

Kota Bandung merupakan ibu kota propinsi Jawa Barat. Bandung sudah menjadi Kota pendidikan sejak jaman penjajahan dulu sampai sekarang, itu terbukti dengan banyaknya orang-orang yang ingin bersekolah di Bandung. Salah satu kawasan yang menjual ATK cukup lengkap di Kota Bandung adalah di daerah Balubur, yaitu Pasar Balubur atau yang sekarang ini kita kenal bernama Balubur Town Square (Baltos) yang terletak di Jalan Taman Sari Kota Bandung. Aksesnya mudah di jangkau, karena terletak di pinggir jalan utama yang dilewati beberapa kendaraan umum sehingga memudahkan orang-orang yang ingin membeli keperluan ATK.

Beberapa toko yang menjual ATK di Pasar Balubur, khususnya penjualan pensil 2B merek *Staedtler* dan *Faber Castell* dapat dilihat pada Tabel 1.2:

Tabel 1.2
Nama Toko, Merek Pensil, dan Penjualan di Kawasan Pasar Balubur
Maret 2012

No	Nama Toko	Merek Pensil	Rata-rata Penjualan/bulan	Rata-rata Penjualan/tahun
1	Public Agency	Staedtler	2 lusin	24 lusin
		Faber Castell	12 lusin	144 lusin
2	Mitra Jaya	Staedtler	-	-
		Faber Castell	4 lusin	48 lusin
3	Mustika	Staedtler	3 lusin	36 lusin
		Faber Castell	12 lusin	144 lusin
4	Generasi Stationary	Staedtler	10 lusin	120 lusin
		Faber Castell	12 lusin	144 lusin
5	Yosiko	Staedtler	-	-
		Faber Castell	12 lusin	144 lusin
6	Murah	Staedtler	12 lusin	144 lusin
		Faber Castell	60 lusin	720 lusin

Sumber : Pra Penelitian 2012

Berdasarkan Tabel 1.2 mengindikasikan bahwa penjualan pensil 2B *Staedtler* kurang begitu diminati di Pasar Balubur. Hal ini terlihat dari penjualan pensil 2B *Staedtler* jauh dibawah *Faber Castell*.

Di toko pertama yaitu Public Agency, penjualan pensil 2B *Staedtler* hanya terjual sekitar 2 lusin per bulan atau 24 lusin per tahun. Ini sangat jauh bila dibandingkan dengan penjualan *Faber Castell* yang mencapai 12 lusin per bulan

Eki Yansa Nugraha, 2013

ATRIBUT PRODUK PENSIL 2B STAEDTLER SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

atau sekitar 144 lusin per tahun. Menurut penjual, kurangnya peminat pada pensil 2B *Staedtler* karena harganya yang lebih mahal, tetapi kualitas tidak jauh berbeda dengan pensil 2B *Faber Castell*, dan akhirnya konsumen lebih memilih untuk membeli pensil 2B *Faber Castell*.

Yang menarik terjadi di toko Mitra Jaya dan Yosiko, di kedua toko tersebut tidak menjual pensil 2B *Staedtler*. Menurut penjual, hal itu dikarenakan kurangnya peminat atau pembeli, sehingga mereka tidak mau menjual pensil 2B *Staedtler*, tetapi lebih memilih menjual pensil 2B *Faber Castell*.

Menurut Christian, Produk Manager PT Faber Castell International Indonesia, permintaan pensil 2B *Faber Castell* biasanya terjadi dari bulan Januari hingga Mei tiap tahun tetapi, puncak permintaan biasanya ada pada bulan Maret dan April. Kenaikannya bisa antara 30%–40% dibanding dengan bulan biasa. Harga jual pensil 2B *Faber Castell* di tingkat ritel bisa tidak sama. Namun, rata-rata berkisar pada harga eceran Rp 2.500 per batang. *Faber Castell* yang berasal dari Jerman ini juga menawarkan dagangan berupa paket ujian berisi pensil, penghapus, rautan, penggaris, dan papan ujian dengan harga Rp 25.000–Rp 35.000 per paket. (<http://peluangusaha.kontan.co.id/news/pensil-2b-berebut-pasar-pelajar-saat-musim-ujian-tiba-1/2011/04/15>).

Meski merek dari Jerman, khusus pensil, *Faber Castell* memproduksi di Indonesia, Brasil, Jerman, dan Peru. Kapasitas produksi pabrik di Indonesia hingga 400 juta batang per tahun. Hanya 20% dari produksi itu yang dijual di pasar dalam negeri, sisanya diekspor ke negara lain. Penjualan pensil 2B di dalam negeri sendiri mencapai 20 juta–30 juta batang setiap tahun. Pasar pelajar

menyerap paling besar, yakni sekitar 60% dari total permintaan, sisanya adalah perkantoran. (<http://peluangusaha.kontan.co.id/news/pensil-2b-berebut-pasar-pelajar-saat-musim-ujian-tiba-1/2011/04/15>).

Dalam proses keputusan pembelian, perilaku konsumen sangat penting untuk diperhatikan, karena pasar yang dihadapi oleh perusahaan adalah pasar konsumen, dimana konsumen mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam menentukan terjadinya suatu keputusan pembelian.

Faktor – faktor yang mempertimbangkan konsumen sebelum melakukan pembelian antara lain pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran distribusi, waktu pembelian, jumlah pembelian dan sebagainya. Beberapa faktor tersebut yang biasa dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian adalah atribut produk. Menurut Fandy Tjiptono (2008:103) “atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian”.

Untuk mengetahui keputusan pembelian produk pensil 2B ini maka dilakukan pra penelitian kepada 30 orang siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.3:

Tabel 1.3
Merek Pensil 2B Yang Paling Banyak Dipakai
Siswa Kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung

Merek	Jumlah
Faber Castell	20 orang
Staedtler	10 orang

Sumber : Pra Penelitian 2012

Hasil pra penelitian Tabel 1.3 menunjukkan bahwa dari 30 orang siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung memakai pensil 2B merek *Faber Castell*. Hal tersebut terjadi karena menurut mereka kualitas ketebalan yang dimiliki pensil 2B *Faber Castell* cukup baik dan lebih percaya dibandingkan dengan merek *Staedtler*, serta pengaruh dari teman-teman yang lebih banyak menggunakan pensil 2B merek *Faber Castell*, serta harga yang lebih murah dibanding merek *Staedtler*.

Atribut produk merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Keputusan untuk membeli timbul dikarenakan adanya penilaian yang objektif atau karena adanya dorongan emosional untuk membeli suatu produk. Biasanya konsumen membeli atas dasar beberapa pertimbangan, salah satunya kualitas. Mempertahankan kualitas produk yang dihasilkannya dan juga menambah fitur/sifat produk yang dihasilkannya agar bisa menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung didapatkan bahwa kualitas produk pensil 2B *Staedtler* masih dibawah harapan, terutama masalah promosi bagi pelajar yang akan melakukan ujian serta harga yang murah. Dalam tingkat kualitas kehitaman, konsumen kurang percaya dengan ketebalan *Staedtler*, mereka lebih percaya dengan kualitas kehitaman *Faber Castell*.

Menurut hasil wawancara dengan beberapa pelajar, diperoleh informasi bahwa para pelajar khawatir dalam menunggu hasil ujian nasional, karena proses pemeriksaan hasil ujian *menggunakan teknologi komputer*. Artinya bila dalam mengerjakan ujian tersebut ada kesalahan seperti kurang tebalnya dalam

mengisi, kotornya kertas jawaban akibat kurang bersihnya dalam menghapus dan sebagainya, maka kertas jawaban pun tidak bisa terbaca. Agar para siswa terhindar dari hal ini mereka membutuhkan pensil 2B yang tebal saat menulis/mengisi jawaban, mudah di hapus dan tidak mudah patah, sehingga mereka lebih memilih merek Faber Castell.

Hal tersebut menjelaskan adanya permasalahan yang terjadi pada keputusan pembelian pensil 2B Staedtler. Keadaan tersebut berkaitan dengan siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung yang akan melakukan ujian dan memilih merek pensil 2B yang menurut mereka baik untuk digunakan saat ujian.

Persaingan dikategori produk pensil hitam sekarang ini cukup kompetitif, Staedtler harus dapat menyiapkan strategi dalam mencermati keinginan dan kebutuhan target konsumen khususnya dikalangan pelajar, serta meningkatkan kualitas produk dan menambah fitur yang dihasilkannya sehingga dapat menaikkan jumlah penjualan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis bermaksud untuk meneliti tentang **Atribut Produk Pensil 2B Staedtler Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian.** Survei pada siswa kelas 3 SMA Negeri 23 Bandung pengguna pensil 2B Staedtler.

1.2 Identifikasi Masalah

Penyelenggaraan ujian nasional menjadi kesempatan produsen pensil 2B untuk meningkatkan penjualan. Banyaknya merek produk pensil 2B yang ada saat ini, mengakibatkan suatu pilihan dalam proses keputusan pembelian. Untuk

membuat konsumen melakukan suatu keputusan pembelian akan produk yang ditawarkan, perusahaan harus memiliki ciri produknya untuk membedakan produk perusahaan dengan pesaing. Manfaat suatu produk ditujukan oleh suatu perusahaan melalui atribut yang dimiliki oleh produk perusahaan tersebut, sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produknya sesuai kebutuhan, keinginan, dan harapan.

Untuk membeli sebuah produk pensil 2B *Staedtler*, konsumen pelajar dihadapkan kepada berbagai alasan untuk membeli pensil 2B *Staedtler* dengan berbagai sajian atribut yang diberikan oleh perusahaan sebagai upaya produsen untuk menarik konsumen membeli produk dengan merek yang sama dan loyal terhadap merek tersebut.

Atribut produk merupakan bagian dari tujuan konsumen pelajar untuk melakukan keputusan pembelian pensil 2B *Staedtler* yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka saat dipakai ujian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana gambaran atribut produk pensil 2B *Staedtler* menurut siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung
2. Bagaimana gambaran keputusan pembelian konsumen produk pensil 2B *Staedtler* menurut siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung

3. Seberapa besar pengaruh atribut produk pensil 2B *Staedtler* terhadap keputusan pembelian menurut siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui gambaran tentang atribut produk pensil 2B *Staedtler* menurut siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung
2. Mengetahui gambaran keputusan pembelian konsumen produk pensil 2B *Staedtler* menurut siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk pensil 2B *Staedtler* terhadap keputusan pembelian menurut siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu manajemen pemasaran terutamamengenai atribut produk terhadap keputusan pembelian pada produk pensil.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi PT. *Staedtler* Indonesia untuk mengetahui perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produknya, untuk mengetahui alasan-alasan konsumen membeli produknya, serta untuk memperoleh input dari konsumen mengenai kualitas produknya.