

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya teknologi dan informasi saat ini, kemampuan perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam persaingan bisnis. Jika perusahaan ingin tetap eksis dalam persaingan, maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokoknya yaitu pemasaran. Fenomena persaingan di era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian negara manapun ke mekanisme pasar yang pada akhirnya memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Dalam melaksanakan pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen. Dunia usaha di Indonesia berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan oleh beberapa kebijakan ekonomi yang telah diluncurkan Pemerintah. Lebih lagi di era perdagangan bebas MEA yang memberikan kesempatan produsen untuk memasarkan produk-produknya secara bebas. Adanya pasar bebas yang mengakibatkan dunia perdagangan menjadikan persaingan bisnis lebih ketat. Perusahaan-perusahaan yang tidak mampu bersaing pada akhirnya akan runtuh dikalahkan oleh para pesaingnya. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan tercapai (Susanto, 2013).

Pada dasarnya kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu maka perusahaan perlu mengadakan suatu riset pemasaran dalam usahanya untuk mengetahui produk apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap *price, product, promotion, place (marketing mix)* yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini (Kotler, 2005). Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin

tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Kotler dan Armstrong, 2005), oleh karena itu para pengusaha harus jeli dalam menetapkan harga produknya ke pasar agar produk tersebut sukses di pasar.

Penelitian yang dilakukan Arumsari (2012) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Harga memiliki pengaruh yang besar terhadap konsumen untuk membeli. Setiap konsumen membutuhkan lebih banyak bentuk diskon atau potongan harga dan paket barang dengan harga yang murah. Selain harga, faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah Promosi. Promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Dengan promosi perusahaan dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Menurut Swastha (2007) promosi pada hakikatnya adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan segala bentuk komunikasi satu arah yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Penelitian yang dilakukan Niazi, *et.al.* (2012) menunjukkan bahwa promosi merupakan suatu cara komunikasi untuk meyakinkan seseorang untuk mengambil keputusan tentang membeli suatu produk atau jasa dan memberikan informasi kepada konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan membeli adalah inovasi, dimana inovasi produk merupakan pusat dari keberhasilan suatu bisnis, di mana sebagai perusahaan yang menerapkan struktur dan strategi yang memusatkan pemilihan waktu pengembangan teknologi dan persaingan (Cooper dalam Suseno, 2004). Di era perdagangan bebas dan persaingan global ini, memaksa setiap perusahaan untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen.

Inovasi harus mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Jika perusahaan dapat memperhatikan desain serta membuat inovasi baru maka pelanggan akan merasa puas dalam menggunakan produk tersebut. Penelitian yang dilakukan Charles, *et al.* (2002) menunjukkan bahwa inovasi merupakan bagian dari kerangka kerja yang menghubungkan aspek budaya perusahaan dengan kemampuan berinovasi serta meningkatkan kinerja perusahaan melalui keputusan membeli konsumen. Demikian juga penelitian Tamamudin (2012) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap keputusan membeli, semakin tinggi inovasi produk maka semakin tinggi keputusan membeli.

Dampak adanya kebijakan ekonomi yang telah diluncurkan pemerintah dan juga dengan adanya perdagangan bebas MEA dirasakan pula pada usaha batik tulis “Rolla Jember” sebagai salah satu produsen batik yang ada di Jember yang mulai merasakan penurunan penjualan dan mulai merasakan betapa berat persaingan pada industri ini.

Persaingan yang sangat ketat dalam industri batik, perusahaan harus menetapkan strategi yang tepat sehingga dapat mencapai hasil yang diharapkan. Usaha yang telah dilakukan batik tulis Rolla Jember dalam menjual produknya melalui promosi diantaranya telah dilakukan membuat brosur dan mengikuti berbagai ajang promosi maupun pameran yang digelar di sejumlah daerah. Bauran pemasaran yang berupa harga, oleh pihak batik tulis Rolla juga telah diupayakan bagaimana cara membuat harga lebih terjangkau dengan kualitas batik tulis yang baik, dan memberikan potongan harga pada pembelian dalam jumlah tertentu.

Sedangkan pada inovasi, batik tulis Rolla juga telah cukup banyak melakukan inovasi dengan mengembangkan berbagai desain batik mempunyai ciri khas kota Jember dengan menonjolkan motif khas jember seperti daun tembakau, biji kopi, coklat, buah naga, edamame, JFC dan kupu-kupu. Motif-motif ini diambil dari tanaman yang hidup dan berkembang di kawasan Jember. Meskipun telah dilakukan upaya pengembangan batik tulis Rolla Jember, ternyata penjualan produk batik tulis ini masih fluktuatif. Berikut ini disajikan data penjualan batik tulis “Rolla jember” selama 1 tahun terakhir (Januari 2016 - Desember 2016):

Tabel 1.1. Data Penjualan Batik Tulis Rolla 1 Tahun Terakhir

No	Bulan	Penjualan
1	Januari 2016	352 helai kain batik
2	Februari 2016	386 helai kain batik
3	Maret 2016	330 helai kain batik
4	April 2016	312 helai kain batik
5	Mei 2016	305 helai kain batik
6	Juni 2016	367 helai kain batik
7	Juli 2016	441 helai kain batik
8	Agustus 2016	636 helai kain batik
9	September 2016	548 helai kain batik
10	Oktober 2016	539 helai kain batik
11	November 2016	322 helai kain batik
12	Desember 2016	417 helai kain batik
	Total	4955 helai kain batik

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada Tabel 1.1 menjelaskan bahwa penjualan batik tulis Rolla Jember mengalami penjualan yang fluktuatif, dimana penjualan hanya pada bulan-bulan tertentu saja yang jumlahnya cukup besar, yaitu pada bulan Agustus, September dan Oktober 2016 yang mencapai lebih dari 500 helai kain batik per bulannya, sedangkan pada bulan-bulan yang lainnya penjualan batik tulis Rolla Jember tidak mencapai 500 helai kain batik perbulannya, sehingga dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian pelanggan terhadap batik tulis Rolla Jember cenderung tidak stabil. Penurunan penjualan batik tulis Rolla Jember tersebut diperkirakan akan terus terjadi apabila tidak mengambil strategi untuk

mengantisipasi. Oleh karena itu diperlukan pemahaman yang serius dari pihak manajemen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan volume penjualan untuk terus meningkatkannya dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan keputusan konsumen.

Tabel 1.2. Motif Batik Rolla

No	Motif
1	Daun tembakau
2	Biji kopi
3	Coklat
4	Buah naga
5	Penyu

Sumber: Batik Rolla

Batik Rolla membuat batik dengan motif yang identik dengan kota asalnya, yakni kota Jember. Jember merupakan kota yang dikenal sebagai penghasil tembakau ternama di Indonesia, Batik Rolla menggabungkan dua kekuatan identitas pertanian itu dengan kreasi batik yang unik. Selain motif daun tembakau, motif Batik Rolla kini berkembang ke motif lain seperti biji kopi, coklat, buah naga, hingga penyu. Motif-motif ini diambil dari tanaman dan hewan yang hidup dan berkembang di kawasan Jember. Tidak mengherankan motif Batik Rolla berbeda dibanding motif batik dari daerah lain. Tampilannya lebih segar karena motifnya diambil dari tanaman yang sudah terkenal di kota Jember.

Harga batik tulis Rolla berkisar antara Rp 350 ribu hingga Rp 3 juta per lembar. Sedangkan batik kombinasi tulis dan cap antara Rp 150 ribu hingga Rp 250 ribu. Khusus untuk batik cap lebih murah yakni Rp 100 ribu hingga Rp 150 ribu. Penetapan harga oleh Batik Rolla harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, Batik Rolla harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Agar lebih kompetitif di

pasar, Batik Rolla perlu mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya.

Berkaitan dengan permasalahan tersebut maka perlu diteliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian batik tulis Rolla Jember. Faktor-faktor tersebut adalah: promosi, harga dan inovasi produk, yang dijustifikasi dari penelitian terdahulu: Niazi, *et.al.* (2012), Arumsari (2012), Charles, *et al.* (2002) dan Tamamudin (2012).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BATIK TULIS ROLLA JEMBER”**

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah promosi dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Rolla Jember ?
2. Apakah harga dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Rolla Jember ?
3. Apakah inovasi produk dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Rolla Jember ?
4. Apakah promosi, harga dan inovasi produk dapat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Rolla Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Rolla Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Rolla Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk secara parsial

terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Rolla Jember.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, harga dan inovasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada batik tulis Rolla Jember.

1.4. Manfaat Penelitian

Kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Dunia Akademik

Bagi Universitas selaku lembaga pendidikan semoga dapat dijadikan tambahan informasi dan sebagai masukan atau referensi bagi peneliti berikutnya di bidang peneliti sejenis.

b. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis agar nantinya dapat membandingkan ilmu yang ada dalam perkuliahan atau teori dengan hal yang terjadi dalam dunia nyata. Serta memberikan pengalaman nyata dalam rangka mengimplemntasikan pengetahuan penulis di bidang pemasaran khususnya penelitian mengenai promosi, harga dan inovasi produk serta bagaimana keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk.

c. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini, diharapkan bagi perusahaan batik tulis ROLLA Jember hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dalam analisa perilaku konsumen dalam menyusun strategi pemasaran produk yang berorientasi pelanggan guna menghadapi persaingan yang semakin ketat.