

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 pasal 3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui beberapa usaha, salah satunya dengan menawarkan kualitas produk yang ditawarkan dan harga dengan menetapkan harga yang sebanding dengan kualitas produk kepada konsumen. Sebuah usaha diharapkan dapat memperhatikan kemampuan daya beli konsumen dengan harga produk dan kualitas produk yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli sebuah barang. Jika konsumen merasa puas dengan kualitas dan cocok dengan harga produk maka kebutuhan konsumen akan berubah menjadi permintaan. Konsumen akan selalu membandingkan harga dan kualitas produk dari toko satu dengan lainnya.

Produk menurut Sofyan Assauri (2000:20) sebagai suatu yang ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang meliputi barang secara fisik, jasa kepribadian, tempat organisasi dan gagasan atau buah pikiran. Produk adalah segala sesuatu baik itu berupa barang atau jasa yang diperjual belikan di pasar guna memenuhi kebutuhan konsumen atau pemakainya, untuk itu memproduksi atau menciptakan suatu produk harus sesuai dengan kebutuhan pasar dan yang terpenting memperhatikan juga produk yang dibuat harus selalu menjawab kebutuhan konsumen.

Harga menurut Kotler (2000:136) adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Harga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk, karena konsumen memandang jika harga tinggi maka produk memiliki kualitas

baik, sedangkan jika harga rendah maka kualitas produk tidak baik. Ini juga yang menyebabkan konsumen kemplang cek awa merasa untuk produk makanan yang akan dicerna oleh tubuh seharusnya baik untuk kesehatan, tidak akan menimbulkan masalah apapun ketika dicerna oleh tubuh konsumen. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan tempat untuk berbelanja dengan memperhatikan dan mempertimbangkan harga dan produk yang sesuai keinginannya.

Salah satunya adalah Kemplang Cek Awa merupakan usaha yang memproduksi dan menjual berbagai macam olahan ikan gabus, seperti kemplang goreng, kemplang panggang, kerupuk, pempek dan tekwan. Kemplang Cek Awa ini berada di Jalan Tembok Baru Lr. Sepakat Rt.14 Rw.03 Kelurahan 9-10 Ulu Kec. SU I Palembang. Kemplang Cek Awa sudah berdiri sejak tahun 2005 dan sudah 10 tahun ini berkembang di Palembang, Kemplang Cek Awa awalnya adalah usaha yang memproduksi produknya berdasarkan pesanan saja, karena Cek Awa mempunyai modal maka Cek Awa mengembangkan usaha ini dalam skala yang lebih besar lagi. Kemplang Cek Awa sekarang sudah memiliki lima pekerja untuk produksi kemplang setiap harinya. Adapun produk dan harga yang ditawarkan oleh Kemplang Cek Awa sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Harga Kemplang Cek Awa Palembang

No	Jenis Produk	2012-2013	2013-2014	2014-2015
1	Kemplang Goreng	100.000	110.000	120.000
2	Kemplang Panggang	35.000	45.000	50.000
3	Kerupuk	100.000	110.000	120.000
4	Pempek	200.000	225.000	250.000
5	Tekwan	75.000	95.000	110.000

Sumber: Kemplang Cek Awa, Palembang

Adapun target penjualan Kemplang Cek Awa selama 3 (tiga) tahun terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Target Penjualan Kemplang Cek Awa Palembang

No	Jenis Produk	2012-2013	2013-2014	2014-2015
1	Kemplang Goreng	1.200 Kg	1.200 Kg	1.150 Kg
2	Kemplang Panggang	-	-	-
3	Kerupuk	-	-	-
4	Pempek	-	-	-
5	Tekwan	-	-	-

Sumber: Kemplang Cek Awa, Palembang

Berikut adalah data penjualan Kemplang Cek Awa selama 3 (tiga) tahun terakhir:

Tabel 1.3
Data Penjualan Kemplang Cek Awa
Tahun 2012-2015

No	Tahun	Penjualan	Penurunan Penjualan
1	2012-2013	1.200 Kg	0 Kg
2	2013-2014	1.150 Kg	50 Kg
3	2014-2015	950 Kg	200 Kg
	Total Penjualan	3.350 Kg	250 Kg

Sumber: Kemplang Cek Awa, Palembang

Dari data penjualan Kemplang Cek Awa diatas selama 3 (tiga) tahun, maka dapat diakumulasikan sebagai berikut:

Tabel 1.4
Data Penjualan Kemplang Cek Awa
Tahun 2012-2015

No	Tahun	Target Penjualan	Penjualan	Penurunan Penjualan
1	2012-2013	1.200 Kg	1.200 Kg	0 Kg
2	2013-2014	1.200 Kg	1.150 Kg	50 Kg
3	2014-2015	1.150 Kg	950 Kg	200 Kg
	Total Penjualan	3.550 Kg	3.300 Kg	250 Kg

Sumber: Kemplang Cek Awa, Palembang

Berdasarkan data penjualan diatas, dapat kita ketahui bersama bahwa penjualan disetiap tahunnya mengalami penurunan, hal tersebut disebabkan dari beberapa faktor, yaitu kenaikan harga bahan baku dan tidak adanya inovasi produk sehingga konsumen mengalami kejenuhan. Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMPLANG CEK AWA (STUDI KASUS PADA KONSUMEN KERUPUK KEMPLANG CEK AWA DI LR.SEPAKAT)”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas didalam laporan akhir ini yaitu:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas produk terhadap keputusan pembelian kemplang ?
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap harga terhadap keputusan pembelian kemplang ?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mendapatkan analisis yang telah ditetapkan maka penulis memberikan batasan-batasan. Dengan demikian pembahasan laporan yang akan dilakukan lebih terarah pembahasan tersebut dibatasi pada kualitas produk dan harga dalam keputusan pembelian Kemplang Cek Awa Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan diatas, tujuan utama yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian kemplang pada Kemplang Cek Awa..
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kemplang pada Kemplang Cek Awa.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa di dapat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi Penulis
 - a. Dapat menambah pengetahuan dan menjadi refrensi tentang seberapa berpengaruh penetapan harga dan kualitas produk dalam pemasarannya pada perusahaan yang mungkin dapat bermanfaat dimasa yang akan datang.
 - b. Dapat mengetahui keadaan yang terjadi dari usaha Kemplang Cek Awa saat ini.
2. Manfaat bagi Perusahaan
 - a. Pemilik Usaha Kemplang Cek Awa dapat mengetahui cara apa yang paling tepat untuk menarik minat pembelian kemplang.
 - b. Pemilik Usaha diharapkan dapat menerapkan harga yang tepat dan meningkatkan kualitas produk berupa inovasi.
 - c. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas produk dan harga.
3. Manfaat bagi akademis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan menjadi refrensi untuk penelitian yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kemplang cek awa.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam laporan akhir ini penulis memilih objek penelitian pada Kemplang Cek Awa Palembang yang berlokasi pada Jalan Tembok Baru Lr. Sepakat Rt.14 Rw.03 Kelurahan 9-10 Ulu Kec. SU I Palembang. Berdasarkan data yang penulis dapatkan maka pembahasan dalam laporan ini dibatasi pada faktor yang menghambat dari penjualan pada kualitas produk dan harga dalam membeli produk Kemplang Cek Awa terhadap keputusan pembelian kemplang cek awa.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Silaen dan Widiyono (2013:145), cara memperoleh data atau informasi dibagi menjadi dua yaitu:

1. Data Primer

Dalam hal ini adalah data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pemilik usaha pada Kemplang Cek Awa Palembang. Berupa data perkembangan harga, target penjualan dan penjualan dari tahun 2012 sampai tahun 2015.

2. Data Sekunder

Dalam hal ini kami mengambil data yang telah di olah dari hasil penelitian pihak lain. Data atau informasi yang diperoleh berasal dari berbagai referensi yaitu seperti buku-buku, dan sejarah berdirinya perusahaan, daftar karyawan, uraian tugas karyawan, aktivitas perusahaan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akan diperlukan dalam penulisan Laporan Akhir ini, maka penulis menggunakan beberapa metode yaitu:

1. Riset Lapangan

a. Wawancara

Menurut Yusi dan Idris (2009:108), wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam hal ini penulis melakukan tanya jawab secara

langsung kepada pemilik kemplang cek awa tentang perkembangan harga, target penjualan dan penjualan dari tahun 2012 sampai tahun 2015, serta untuk memberikan informasi atau data-data yang mengenai sejarah singkat perusahaan, daftar produk, harga penjualan, struktur organisasi dan pembagian tugas karyawan.

b. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiono (2008:71), kuesioner adalah Data yang diperoleh dan didapatkan dengan cara memberikan suatu daftar pertanyaan tertulis konsumen Kemplang Cek Awa Palembang.

2. Riset Kepustakaan

Merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan yang ada.

1.5.4 Analisis Data

Menurut Sugiono (2008:14), Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian dibagi menjadi analisis kualitatif dan kuantitatif. Dalam laporan akhir ini, penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.

1. Metode kualitatif

Yakni data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar. Metode kualitatif yang digunakan pada Kemplang Cek Awa Palembang berupa uraian-uraian dengan menggunakan data-data referensi yang baik maupun buku-buku yang berhubungan dengan manajemen pemasaran sehingga dapat di ambil suatu dari kesimpulan yang dapat dijadikan masukan bagi Kemplang Cek Awa Palembang kualitas produk dan harga Kemplang Cek Awa Palembang.

2. Analisis Kuantitatif

yaitu data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan. Metode ini digunakan untuk membandingkan teori-teori yang ada dengan semua fakta dan data yang diperoleh dari Kemplang Cek Awa Palembang agar sesuai

dengan masalah yang penulis bahas. Dalam metode ini, penulis menggunakan Rumus Roscoe untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diambil dan likert untuk pengukuran skor untuk item-item pertanyaan terhadap permasalahan yang diteliti digunakan skala likert dengan 5 tingkatan dengan batas kriteria. Kedua rumus tersebut dinyatakan dalam bentuk sebagai berikut:

Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982:253) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini.

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variable yang diteliti. Misalnya variable penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Untuk pengukuran skor untuk item-item pertanyaan terhadap permasalahan yang diteliti digunakan skala likert dengan 5 tingkatan dengan batas kriteria sebagai berikut:

Tabel 1.2
Pengukuran Skala Likert

Pernyataan	Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Nur Inriantoro dan Bambang Supono (2002:104)

Untuk pengukuran skor untuk item-item pertanyaan terhadap permasalahan yang diteliti digunakan skala likert dengan 5 tingkatan dengan batas kriteria sebagai berikut:

Data interval tersebut juga dapat dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban dari responden. Berdasarkan skor yang telah ditetapkan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Skor untuk 25 orang yang menjawab SS} = 25 \times 5 = 125$$

$$\text{Jumlah skor untuk 40 orang yang menjawab S} = 40 \times 4 = 160$$

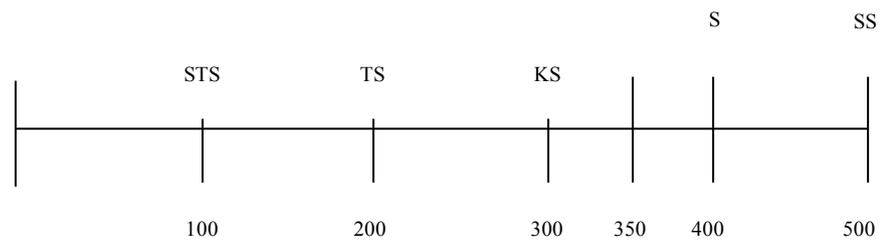
$$\text{Jumlah skor untuk 5 orang yang menjawab KS} = 5 \times 3 = 15$$

$$\text{Jumlah skor untuk 20 orang yang menjawab TS} = 20 \times 2 = 20$$

$$\text{Jumlah skor untuk 10 orang yang menjawab STS} = 10 \times 1 = 10$$

$$\text{Jumlah Total} = 350$$

Jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item = $5 \times 100 = 500$ (seandainya semua menjawab SS). Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian = 350. Jadi berdasarkan data itu maka tingkat persetujuan terhadap metode kerja baru itu = $(350 : 500) \times 100\% = 70\%$ dari yang diharapkan (100%). Secara kontinum dapat digambarkan seperti berikut:



Jadi, berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden maka rata-rata 350 terletak pada daerah setuju.