

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat, pengaruh globalisasi dan adanya perkembangan teknologi informasi yang pesat menyebabkan setiap perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan usaha bisnis mereka. Pengaruh globalisasi menyebabkan timbulnya banyak wirausaha kecil dan menengah yang ikut melakukan persaingan dengan berbagai keunggulan.

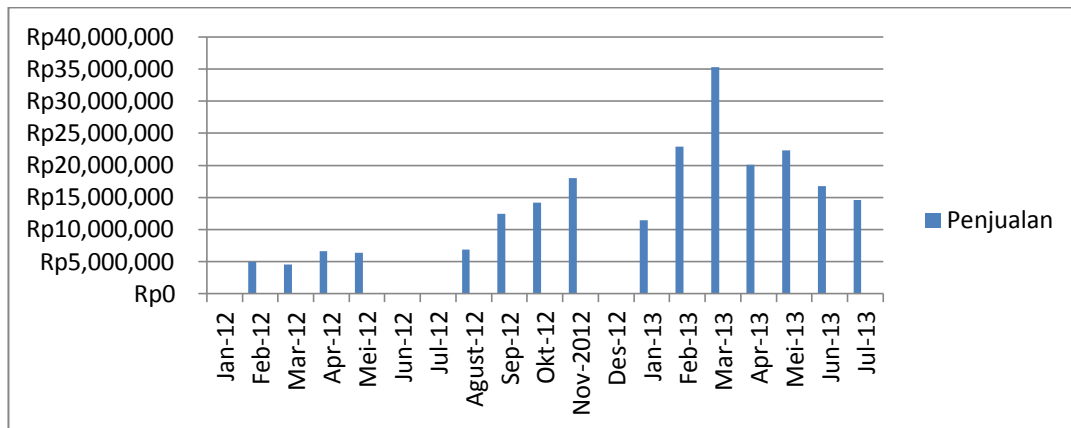
Pertumbuhan industri kreatif meningkat rata-rata 7% per tahun didorong oleh subsektor fesyen dan kerajinan. Menteri Perindustrian MS Hidayat mengatakan nilai tambah yang dihasilkan subsektor fesyen dan kerajinan berturut-turut sebesar 44,3% dan 24,8% dari total kontribusi sektor industri kreatif. Adapun penyerapan tenaga kerja, untuk industri fesyen sebesar 54,3% dan industri kerajinan sebesar 31,3%. Hidayat mengatakan bahwa nilai ekspor dari kedua sektor ini mencapai rata-rata US\$13 miliar per tahun (Astria, 2013; 21 Mei 2013).

Salah satu industri kreatif di Indonesia adalah kerajinan merangkai bunga. Bisnis bunga di Indonesia mempunyai dampak positif yaitu dapat memperluas lapangan pekerjaan, dan kenyamanan lingkungan. Manusia menyukai bunga karena bentuknya yang menarik, warna yang indah dan keharuman aromanya.

Keindahan bunga menjadi salah satu alat untuk menghias dan sebagai media untuk mengungkapkan perasaan (Sari, 2010:5).

Dream adalah sebuah perusahaan di Surabaya yang menyediakan bunga rangkaian, bunga papan, parcel, dan *gift* untuk berbagai macam acara. Perusahaan ini juga menerima pesanan pembuatan sesuai dengan keinginan *customer* dan *budget* yang *customer* inginkan. Pada awalnya, Dream hanya menyediakan beberapa produk saja, yaitu bunga rangkaian bulat dan bunga rangkaian panjang. Seiring dengan perkembangan usaha Dream di pasaran, Dream mengeluarkan beberapa inovasi baru agar dapat mempertahankan produk yang sudah dimiliki. Produk inovasi tersebut berupa bunga meja, *standing flower*, buket coklat, buket boneka, buket mutiara, *parcel*, bunga papan, dekorasi, dan bunga *aromatherapy*.

Dream berdiri sejak bulan Januari 2012 sampai sekarang. Komunikasi produk ini awalnya hanya berupa *Blackberry Messenger*, telepon, dan SMS hingga kemudian semakin dikenal oleh banyak orang. *Customer* yang ingin melihat berbagai contoh bunga yang dijual dapat melihat di *website* yaitu [www.dreamflorists.com](http://www.dreamflorists.com). Dream menampilkan foto-foto contoh produk agar konsumen dapat memiliki ide untuk memesan rangkaian bunga yang diinginkan. Tetapi Dream juga bisa meng-*customize* sesuai dengan keinginan konsumen. Produk yang telah dipesan konsumen dapat langsung dikirim ke tempat tujuan dengan tepat waktu sesuai perjanjian. Bunga yang dijual mempunyai kualitas yang cukup bagus karena bibit bunga yang ditanam berasal dari Belanda. Apabila konsumen memesan bunga rangkaian, maka Dream akan merangkai bunga tersebut dan langsung dikirimkan kepada konsumen.



Gambar 1.1.  
Omzet Penjualan Bisnis Dream  
Sumber : Data primer diolah, 2012-2013

Gambar 1.1. menunjukkan adanya peningkatan penjualan dari bulan ke bulan di tahun 2012. Kenaikan ini disebabkan pembuatan *website* bulan Mei 2012 sebagai sarana promosi dan mulai menawarkan produk bunga papan kepada bank sejak bulan Oktober 2012. Data di atas dapat dilihat bahwa pada bulan Januari, Juni, dan Juli 2012, Dream tidak mendapatkan penjualan. Hal ini dikarenakan pada bulan Januari Dream baru dibentuk dan belum melakukan penjualan dan pada bulan Juni dan Juli 2012, Dream tidak mendapatkan penjualan sama sekali dikarenakan pada bulan tersebut terjadi masalah internal dalam kelompok.

Perusahaan telah menciptakan inovasi baru yaitu *bouquet* boneka dan *bouquet* coklat. Dengan adanya inovasi tersebut perusahaan dapat meningkatkan penjualan di tahun 2013 dari rata-rata sebesar Rp 9.249.375,00 (2012) menjadi Rp 21.427.142,85 (2013) atau naik sebesar 231,6%. Dream memiliki banyak kompetitor dengan berbagai macam produk yang sejenis dan juga harga yang tidak berbeda jauh dengan harga yang ada di pasaran. Oleh karena itu, masalah terbesar yang dapat membedakan Dream dengan kompetitor yang terletak pada masalah harga dan kualitas produk.

Kompetitor perusahaan ini adalah toko bunga Wahana Kharisma Flora dan toko bunga Orchid. Dari segi harga, toko bunga Wahana Kharisma Flora dan toko bunga Orchid lebih murah apabila dibandingkan dengan Dream. Toko bunga Wahana Kharisma Flora dan toko bunga Orchid memiliki kualitas bunga yang sama dengan perusahaan Dream.

Dari segi kualitas produk, yang membedakan antara Dream dengan kompetitor adalah cara merangkai bunga rangkaian dan hiasan-hiasan untuk mempercantik bunga. Produk bunga papan yang dijual toko bunga Wahana Kharisma Flora dan toko bunga Orchid masih memakai gabus, sedangkan bunga papan yang dijual oleh Dream menggunakan *printing*. Walaupun kualitas bunga yang diambil dari pemasok sama tetapi model rangkaiannya yang paling dapat membedakan dengan kompetitor, karena itu adalah hal utama yang dilihat oleh konsumen secara keseluruhan.

Tabel 1.1. Struktur Harga Dream

No	Keterangan	DREAM	Kompetitor 1	Kompetitor 2
1.	Jumlah bunga dalam buket rangkaian	20 tangkai	20 tangkai	20 tangkai
2.	Harga Distributor (6 pcs)	Rp 1.620.000,-	Rp 720.000,-	Rp 1.020.000,-
3.	Promosi:			
	• Diskon	Rp 10.000,-	Rp 10.000,-	Rp 10.000,-
3.	Harga beli grosir (6 pcs)	Rp 1.680.000,-	Rp 780.000,-	Rp 1.080.000,-
4.	Harga jual grosir (6 pcs)	Rp 1.800.000,-	Rp 900.000,-	Rp 1.200.000,-
5.	Laba grosir (6 pcs)	7,14%	15,38%	11,11%
6.	Harga beli <i>retailer</i> /pengecer	Rp 300.000,-	Rp 150.000,-	Rp 200.000,-
7.	Harga jual <i>retailer</i> /pengecer	Rp 350.000,-	Rp 200.000,-	Rp 250.000,-
8.	Laba <i>retailer</i> /pengecer	16,67%	33,33%	25%

Sumber: Data internal dan survai yang diolah

Tabel 1.1. menunjukkan bahwa laba grosir produk bunga Dream relatif kecil yaitu 7,14% sedangkan laba grosir yang paling besar adalah kompetitor 1

sebesar 15,38%. Laba pengecer Dream relatif rendah dibandingkan kompetitor lainnya yaitu 16,67% sedangkan laba pengecer tertinggi adalah kompetitor 1 yaitu sebesar 33,33%.

Beberapa permasalahan yang telah dipaparkan di atas menjadi dasar pemikiran dalam penyusunan penelitian mengenai keputusan pembelian konsumen dari segi harga dan kualitas produk. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dream”**.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Dream?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Dream?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Dream?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Dream

2. Mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Dream
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Dream

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

##### 1.4.1. Manfaat teoritis

- Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dan menjadi sumbangan pemikiran bagi ilmu manajemen terutama dalam teori pengambilan keputusan pembelian konsumen terkait dengan harga dan produk.

##### 1.4.2. Manfaat praktis

- Harga memiliki manfaat bagi suatu perusahaan untuk menjadi indikator perbandingan harga dengan kompetitor terhadap keputusan pembelian konsumen.
- Kualitas produk memiliki manfaat bagi perusahaan untuk menjadi indikator kriteria memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen.