

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis mebel di Indonesia sudah berkembang cukup pesat. Dapat dilihat bahwa tiap orang pasti membutuhkan mebel untuk menghiasi rumah mereka. Produk-produk mebel sangatlah bervariasi contohnya : kursi, sofa, lemari, rak, kasur, dan lain lain. Dari produk-produk tersebut juga bisa dibedakan menjadi jenis produknya seperti produk yang tradisional (*handmade*) dan produk modern (*factory made*). Produk tradisional biasanya dipasarkan di pedesaan. Sedangkan produk yang modern kebanyakan dipasarkan di daerah kota. Namun seiring dengan perkembangan jaman, masyarakat pedesaan juga mulai meminati produk-produk modern sehingga permintaan pasar masyarakat pedesaan meningkat.

Peneliti akan melakukan penelitian pada Toko Mebel Maju yang terletak di Raya Suyitman 12, Ambulu, kabupaten Jember, Jawa Timur. Toko ini sudah berdiri sejak Tahun 1973. Toko ini bergerak di bidang retail. Produk yang dijual oleh toko ini adalah produk mebel yang tradisional. Seperti kursi dari ukiran kayu, sofa, kasur kapuk, lemari ukir, dan lain lain. Namun seiring dengan perkembangan industri mebel ini, permintaan masyarakat pedesaan semakin bervariasi sehingga toko ini mulai memvariasi produknya sesuai dengan permintaan pasar. Variasi produk dilakukan dengan cara mulai menambah dan menjual produk mebel modern yaitu lemari yang dibuat oleh pabrikan, kasur dengan bahan busa, *spring bed*, dan kursi-kursi plastik lainnya.

Mebel Maju ini merupakan toko yang menjual kebanyakan produknya kepada *end-user* (B2C). Namun Mebel Maju juga melayani penjualan kepada konsumen yang akan menjual kembali (B2B). Namun proporsi konsumen antara B2B dan B2C adalah 95% untuk B2C dan 5% untuk B2B (sumber: data internal perusahaan). Konsumen Mebel Maju ini adalah masyarakat pedesaan yang berada di sekitar desa Ambulu yang berjumlah sekitar 60 desa. Masyarakat tersebut biasanya membeli produk mebel untuk kebutuhan mereka sehari-hari. Seperti kita ketahui mebel merupakan kebutuhan pokok yaitu papan. Sehingga masyarakat di desa Ambulu pasti menyisihkan uangnya untuk membeli kebutuhan tersebut.

Karena mebel merupakan kebutuhan pokok maka pangsa pasar untuk hal ini sangatlah besar. Berikut ini adalah lampiran pangsa pasar untuk produk mebel di desa Ambulu.

Tabel 1.1. Daftar Jumlah Pangsa Pasar toko *furniture* di Ambulu

Wilayah	Jumlah Desa	Jumlah Rumah
Utara	10	297
Selatan	15	466
Barat	15	403
Timur	20	579
	Total Potensi	1745

Sumber : data internal perusahaan, 2011

Dari tabel di atas ini bisa dikatakan potensi untuk produk mebel di Ambulu ini masih sangat besar dan banyak pangsa pasar yang belum tergarap. Selain itu desa Ambulu ini memiliki lahan pertanian yang cukup subur. Jenis pertanian yang paling banyak ditanam di Ambulu adalah tanaman tembakau. Tiap tahun petani tembakau di Ambulu ini bisa memanen 2 sampai 3 kali tembakau.

Dan pada saat musim panen tersebut, kebanyakan dari petani tersebut membelanjakan uang yang mereka miliki dari hasil panen tersebut untuk membeli produk mebel. *Trend* masyarakat desa yang cukup konsumtif dalam membeli produk mebel ini bisa dijadikan sebuah peluang untuk mengembangkan bisnis ini. Selain itu pada saat menjelang lebaran, para penduduk di desa Ambulu dan sekitarnya berbondong-bondong mencari produk mebel yang baru untuk mengganti produk mereka yang sudah lama. Karena bagi penduduk di sana, ajang lebaran adalah ajang yang terbaik untuk memamerkan kemewahan mebel yang mereka miliki di rumah mereka. Pada saat-saat seperti inilah penjualan mebel maju naik pesat sampai 300% atau 400% dalam sebulan.

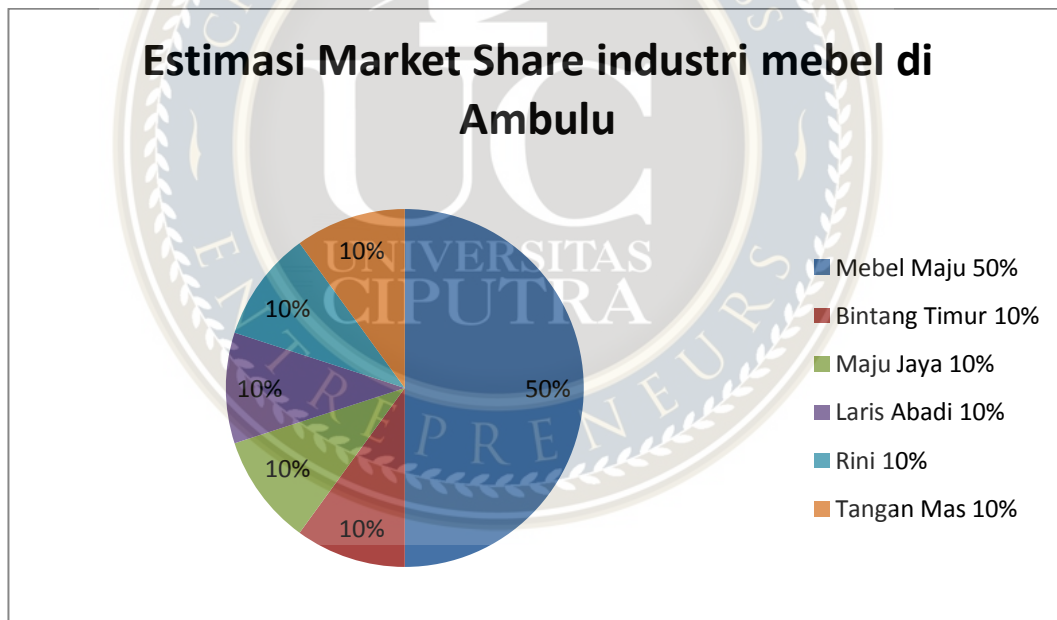
Mebel Maju merupakan toko yang sudah ada sejak Tahun 1973. Dilihat dari segi lamanya toko ini buka, maka *brand image* dari Mebel Maju sangatlah kuat. Hal ini terbukti dari perilaku masyarakat yang ada di desa Ambulu yaitu ketika mereka hendak membeli produk mebel, masyarakat pasti akan mampir di Mebel Maju untuk mencari produk mebel yang mereka butuhkan. Menurut data internal perusahaan 2011, 7 dari 10 masyarakat yang hendak membeli produk mebel di desa Ambulu akan mampir ke Toko Mebel Maju terlebih dahulu sebelum mampir ke toko lainnya (sumber : data primer 2011). Dengan demikian maka hampir 70% *market share* dari produk mebel di desa Ambulu dikuasai oleh Mebel Maju. Namun seiring dengan berjalannya waktu banyak kompetitor yang bermunculan. Berikut adalah beberapa kompetitor yang ada di desa Ambulu.

Tabel 1.2. Daftar kompetitor toko mebel di desa Ambulu.

Nama Toko	Harga Produk (Rp)	Lokasi
Bintang Timur	20.000,- – 2.000.000	Ambulu
Maju Jaya	20.000 – 1.800.000,-	Ambulu
Rini	20.000,- – 1.700.000,-	Ambulu
Laris Abadi	20.000,- – 1.700.000,-	Ambulu
Tangan Mas	20.000,- 1.500.000,-	Ambulu

Sumber : data primer, 2011

Dari data kompetitor di atas, maka besar *market share* yang dimiliki oleh Mebel Maju tidaklah sebesar saat Mebel Maju buka. Berikut ini adalah lampiran untuk *market share* dari pasar mebel di Ambulu.



Gambar 1.1 *Market Share* industri mebel di Ambulu

Sumber : Observasi 2011

Besarnya *market share* yang dimiliki oleh Mebel Maju ini disebabkan oleh *brand image* yang sangat kuat dan kepercayaan masyarakat desa Ambulu kepada Mebel Maju. Namun tidak semua orang yang mencari produk mebel ke Mebel Maju dipastikan membeli produk mebel di Mebel Maju. Hal ini karena pegawai

Mebel Maju yang kurang terampil dalam proses negosiasi dan tidak bisa meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang dijual oleh Mebel Maju.

Sejak awal berdiri pada Tahun 1973, Mebel Maju memiliki seorang pegawai yang sangat loyal dan terampil. Namun pada tahun 2008, pegawai ini terpaksa mengundurkan diri karena sakit dan sejak saat ini Mebel Maju ini harus dijaga dan diawasi langsung oleh pemilik. Ketika pemilik menjaga Mebel ini, bisa dipastikan 6 dari 7 orang yang masuk ke Mebel Maju akan membeli produk yang ada di Mebel Maju (sumber: data primer 2011). Namun jika pemilik toko berhalangan menjaga, maka pegawai yang menjaga Mebel Maju ini tidak bisa menjual produk yang ada dengan baik sehingga banyak calon konsumen yang membeli di toko kompetitor. Jika dibandingkan dengan pegawai yang dimiliki oleh kompetitor Mebel Maju, pegawai dari Mebel Maju ini kurang terampil. Berikut ini adalah profil dari pegawai Mebel Maju dan pegawai dari toko kompetitor Mebel Maju.

Tabel 1.3. Perbandingan profil Tenaga Kerja

Nama Toko	Nama Pegawai	Lama Bekerja	Job Description
Mebel Maju	Basoni	2 tahun	Pegawai Toko
Maju Jaya	Danny	3 tahun	Pegawai Toko
Bintang Timur	Sahid	11 tahun	Pegawai Toko

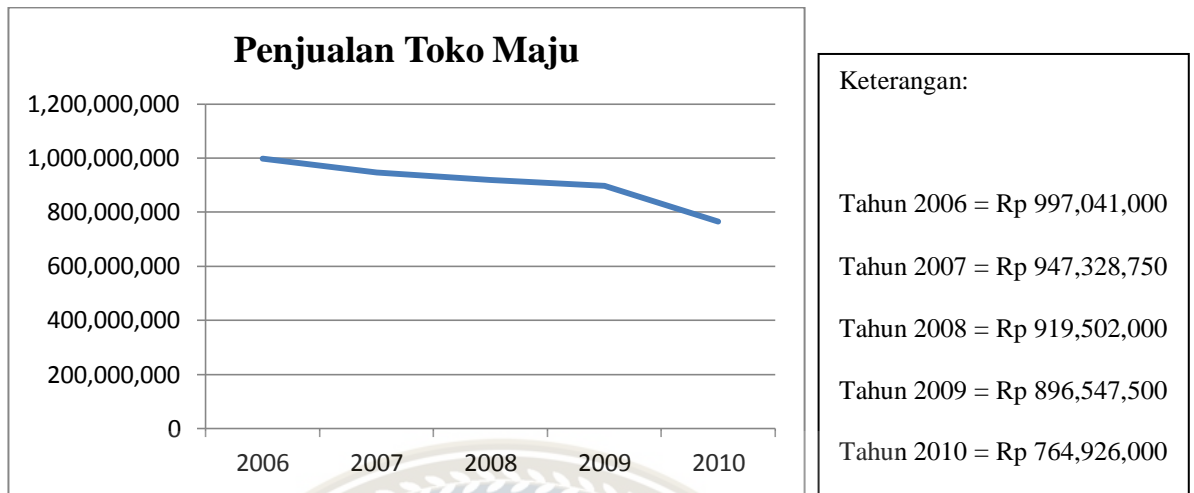
Sumber : data primer 2011

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa lamanya bekerja dapat mempengaruhi pengalaman kerja dan dari pengalaman kerja tersebut bisa mempengaruhi kemampuan dari pegawai tersebut untuk melakukan penjualan. Kemampuan pegawai ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi

konsumen untuk membeli produk dari toko tersebut. Jika konsumen merasa pegawai tersebut meyakinkan dan harga yang ditawarkan cocok maka konsumen pasti akan membeli produk yang ditawarkan. Namun karena pegawai tersebut tidak bisa memberikan penawaran yang bagus dan tidak bisa melakukan proses negosiasi dengan baik maka banyak konsumen yang lepas dan tidak jadi membeli produk di toko Mebel Maju.

Pada Toko Bintang Timur, pegawai yang bernama Sahid ini bisa menjaga toko dengan baik dan bisa melakukan proses tawar menawar dengan baik. Dengan demikian sang *owner* hanya melakukan tugas sebagai pengawas atas kinerja pegawai saja. Sedangkan pada Toko Maju Jaya, pegawai yang bernama Danny ini hampir sama dengan Basoni yakni tidak bisa terlalu meyakinkan konsumen sehingga sang *owner* harus turun tangan dalam proses penjualan dan tawar menawar dengan konsumen. Hal yang sama terjadi pada Toko Mebel Maju, karena pegawai yang kurang pandai dalam melakukan proses tawar menawar maka *owner* harus turun tangan dalam melakukan proses tersebut sehingga *owner* kerepotan.

Dengan ketidakmampuan pegawai dalam meyakinkan pembeli maka hal ini mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan mempengaruhi tingkat penjualan dari toko Mebel Maju. Hal ini dapat dilihat dari Grafik 1.1



Grafik1.1 Penjualan Toko Maju

Sumber: data internal perusahaan 2011

Pada tahun 2006 pendapatan Mebel Maju dalam setahun adalah Rp. 997.041.000,-. Pada tahun 2007 pendapatan Mebel Maju turun sebesar 5% menjadi Rp 947,328,750,-. Pada tahun 2008 pendapatan Mebel Maju turun sebesar 3% menjadi Rp 919,502,000,-. Pada tahun 2009 pendapatan Mebel Maju turun sebesar 2,5% menjadi Rp 896,547,500,-. Pada tahun 2010 pendapatan Mebel Maju turun sebesar 15% menjadi Rp. 764,926,000,-. Pada tahun 2008 penurunan penjualan Mebel Maju tidak terlalu signifikan dibandingkan dengan tahun 2006 ke 2007 meskipun pada tahun 2008 pegawai Mebel Maju yang loyal dan berpengalaman mengundurkan diri. Ini disebabkan karena Mebel Maju mampu mendapatkan pengganti pegawai yang cukup baik dan terampil dalam proses tawar menawar harga dan melayani konsumen. Penurunan pendapatan yang paling besar terjadi adalah pada tahun 2009 ke tahun 2010. Pada Tahun 2009 ke 2010 itu adalah tahun dimana pegawai Mebel Maju yang bernama Basoni masuk dan mulai bekerja di Mebel Maju. Kinerja Basoni yang kurang bagus ini menyebabkan banyak sekali konsumen bahkan pelanggan yang tidak jadi

membeli produk mebel di Mebel Maju. Dengan demikian maka penjualan dari Mebel Maju turun sampai 15%. Dengan penurunan yang pesat tersebut maka ibu Inge sebagai *owner* dari Mebel Maju harus turun tangan sendiri mengawasi dan menjaga Mebel Maju untuk meningkatkan penjualan dari Mebel Maju. Keputusan pembelian konsumen disini sangatlah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan penyampaian value dari perusahaan kepada konsumen.

Dari data-data yang ada di atas, maka peneliti hendak melakukan penelitian tentang *brand image* dari Mebel Maju dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk mebel di desa Ambulu. Maka dari itu peneliti akan mengambil judul **“PENGARUH BRAND IMAGE, SALESPERSON, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO MEBEL MAJU DI AMBULU”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah *Brand Image*, *Sales Person*, dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Mebel Maju?
- b. Apakah *Brand Image* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Mebel Maju?
- c. Apakah *Sales Person* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Mebel Maju?
- d. Apakah Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Mebel Maju?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apakah *Brand Image*, *Sales Person*, dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Mebel Maju?
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Mebel Maju.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *Sales Person* secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Mebel Maju.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Mebel Maju.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat bagi peneliti :

Sebagai media pelatihan untuk mengaplikasikan dan menguji teori-teori yang telah diajarkan dan yang telah di dapat di bangku perkuliahan Universitas Ciputra.

Manfaat bagi perusahaan :

1. Memberikan info kepada Mebel Maju tentang hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk produk mebel di Toko Mebel Maju.
2. Memberikan masukan kepada Toko Mebel Maju tentang strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan untuk diaplikasikan pada Toko Mebel Maju.

Manfaat bagi keilmuan :

1. Sebagai pengembangan keilmuan yang menguji kebenaran bahwa *Brand Image*, *Sales Person*, dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Mebel Maju.
2. Sebagai tambahan info untuk penelitian sejenis yang selanjutnya.

E. Lingkup Permasalahan

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *Brand Image* dari Mebel Maju yang sangat kuat, *Sales Person* dari toko Mebel Maju dan strategi harga yang

diterapkan oleh Mebel Maju terhadap Keputusan pembelian konsumen. Cakupan lain yang dibahas antara lain :

1. *Performance* dari toko Mebel Maju sejak tahun 2006.
2. Pegawai dari Toko Mebel Maju, Toko Maju Jaya, dan Toko Bintang Timur.

