BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia telah mengakibatkan kehidupan perekonomian rakyat Indonesia mengalami perubahan sangat drastis, menimbulkan banyaknya masyarakat Indonesia yang kehidupan ekonominya menurun dibandingkan dengan saat sebelum krisis, disisi lain kemajuan teknologi dunia berkembang dengan pesatnya tanpa memperdulikan kondisi bangsa Indonesia. Perkembangan teknologi telah memacu perkembangan produk maupun pemunculan produk baru guna memenuhi tuntutan kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin selektif.

Perkembangan produk maupun pemunculan produk baru terjadi juga terhadap produk sabun deterjen. Fenomena ini dapat dilihat dari banyaknya produk sabun deterjen yang muncul dan membanjiri pasaran seperti Attack, Surf, Rinso, Daia, B-29, Dino, Soklin, Skip Intelegent dan masih banyak lagi sehingga persaingan untuk merebut pangsa pasar semakin ketat. Persaingan tersebut dapat dilihat secara konkrit melalui iklan-iklan yang akhir-akhir ini sering muncul di televisi dimana masing-masing produk menawarkan keunggulan yang dimiliki produk mereka yaitu mengenai kemudahan dalam mencuci dan harga yang menarik.

Keaneekaragaman produk yang ada membuat konsumen harus memilih dan memilah secermat mungkin produk mana yang dapat memberikan manfaat

yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkannya. Dewasa ini konsumen telah berubah menjadi smart konsumen , dimana sekarang konsumen yang tidak lagi berorientasi pada merek dan gengsi , melainkan berorientasi pada kombinasi yang pas antara harga yang layak dan mutu dengan hasil nyata yang optimal. Harga dan mutu merupakan dua faktor yang penting bagi konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak .

Setiap perusahaan pada umumnya menginginkan dapat berkembang maju dalam melaksanakan usahanya atau paling tidak dapat mempertahankan usahanya, dalam rangka mempertahankan kehidupan perusahaan dari persaingan yang semakin ketat maka suatu perusahaan harus mampu meningkatkan mutu yang dimikinya dan menetapkan suatu harga yang tepat serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Selain usaha itu perusahaan perlu juga mencari informasi-informasi yang salah satunya adalah mengenai perilaku konsumen .

Dengan mengetahui apa yang menjadi keinginan atau kebutuhan konsumen maka diharapkan bahwa perusahaan dapat lebih peka dalam mengatasi perubahan-perubahan yang terjadi pada konsumennya , sehingga para konsumen tidak mengubah keputusannya dalam memilih dan membeli produk perusahaan.

Konsumen akan beralih dari merek yang biasanya dipakai ke merek lainnya , bila mereka merasa merek lain itu memiliki nilai yang lebih ekonomis dibandingkan dengan merek yang biasanya dipakai, apalagi pada masa krisis ekonomi yang sedang berlangsung pada saat ini. Berdasarkan survei hasil kerja

sama yang dilakukan majalah Swasembada (SWA), Mars, Frontier terhadap konsumen dilima kota besar Indonesia ; Jakarta, Bandung , Semarang, Medan, Surabaya maka didapat data sebagai berikut :

TABEL 1.1

Tabel Loyalitas Konsumen Sabun Diterjen

	Total	Rinso	Soklin	Attack	Daia	Dino	Surf	B-29	Sunlight
Base : I	155	91	28	7	23	2	1	1	2
Base: II	733	431	126	37	107	6	16	5	6
Daia	40	50	9	65	15	100	100		100
Attack	18	23	11		10			100	
Rinso	15		61	17	27				
Soklin	9	10		7	15				
Surf	5	4	6	12	7				
B-29	2	2			4				
Dino	1	1	4						
Lainnya	2	2			3				
Tidak ada	8	6	7		19				
Sum	99	99	98	100	100	100	100	100	100

Sumber : Majalah Swasembada (SWA) 01/XVI/17-26 Januari 2000

Keterangan dalam membaca tabel:

1. Pada kolom total ,baris base I terdapat angka 155 menunjukkan jumlah keseluruhan responden .
2. Pada kolom merek Rinso terdapat angka 91 menunjukkan jumlah responden yang sering menggunakan merek yang bersangkutan .
3. Pada kolom total, baris base II menunjukkan angka 733 merupakan dugaan jumlah populasi (dalam ribuan) para pemakai sabun diterjen.

4. Pada kolom merek Rinso baris base II menunjukkan angka 431 merupakan dugaan jumlah populasi (dalam ribuan) yang sering menggunakan merek yang bersangkutan.
5. Pada kolom total, baris merek Rinso angka 15 (dalam persen) menunjukkan bahwa 15% dari total reponden (155) yang berencana berpindah merek akan mencoba Rinso.

Tabel memberikan suatu kesimpulan bahwa sabun deterjen merek Rinso merupakan produk yang paling banyak jumlah pemakainya, ini dapat dilihat dari besarnya angka populasi yang dimiliki Rinso yaitu sebesar 431.000 tetapi memiliki loyalitas konsumen yang rendah karena 91 responden dari Rinso akan memilih produk lain jika mereka berencana untuk berpindah merek dan tidak memilih Rinso kembali, selain itu semua dari total responden sabun deterjen yang berencana hendak berpindah merek (155 orang) produk Perseroan Terbatas (PT) Unilever ini hanya mendapat sebesar 15% dari jumlah total reponden. Angka itu didapat dari 61% pengguna So Klin (28 responden), 17% dari pengguna Attack (7 responden) dan 27% dari pengguna Daia (23 responden). Angka yang didapat Rinso ini dibawah dari milik Daia dan Attack.

Konsumen melihat sabun deterjen Rinso kurang dapat memberikan perpaduan yang pas antara harga dan mutu, konsumen cenderung memilih sabun deterjen merek lain yang dianggap lebih ekonomis seperti halnya Daia keadaan ini akan membahayakan posisi dari produk sabun deterjen Rinso karena lama kelamaan produk sabun deterjen lain akan

merebut pangsa pasar dari sabun deterjen Rinso milik Perseroan Terbatas (PT) Unilever ini. Berdasarkan fakta diatas maka perlu dikaji dengan melakukan penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian sabun deterjen Rinso.

1.2. Perumusan Masalah

Bertolak dari latar belakang yang diuraikan diatas maka dirumuskan:

1. Apakah harga dan mutu yang dimiliki sabun deterjen merek Rinso bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?
2. Manakah diantara harga dan mutu sabun deterjen merek Rinso yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah harga dan mutu yang dimiliki sabun deterjen merek Rinso secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap keputusan pembelian pada konsumen.
2. Untuk mengetahui manakah diantara harga dan mutu sabun deterjen merek Rinso yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian.

1.4. Manfaat Penelitian

Berikut ini diungkapkan manfaat –manfaat penelitian yang dilakukan :

a. Manfaat bagi perusahaan

Memberikan masukan sebagai pertimbangan bagi produsen sabun diterjen merek Rinso untuk mengevaluasi kembali produk yang dimiliki serta sebagai informasi untuk pengambilan keputusan dimasa sekarang dan masa yang akan datang.

b. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini berguna untuk membandingkan teori – teori yang didapat dalam perkuliahan dengan dunia nyata untuk menambah wawasan pengetahuan.

Untuk memenuhi kewajiban dalam studi yaitu sebagai syarat mencapai gelar sarjana Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

c. Manfaat bagi pembaca

Melalui penulisan ini diharapkan akan menambah khasanah ilmu pengetahuan dibidang perilaku konsumen .

Menambah perbendaharaan perpustakaan sebagai bahan pertimbangan bagi pembaca yang akan mengadakan penelitian

1.5. Sistematika Skripsi

Dalam menyajikan skripsi ini, kiranya perlu dikemukakan pola umum yang akan diikuti dalam masing-masing bab secara garis besar , guna mempermudah pengertian dan penafsirannya

Sistematika skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini akan diuraikan tentang mengenai , latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika skripsi.

Bab 2 Tinjauan Kepustakaan

Bab tinjauan pustaka ini berisi penelitian terdahulu ,landasan teori-teori yang akan dipakai sebagai pedoman dan analisis skripsi , teori-teori yang digunakan antara lain mengenai pemasaran, perilaku konsumen, produk, mutu, harga., keputusan pembelian kemudian dilanjutkan dengan hipotesis.

Bab 3 Metode Penelitian

Pada bab ini akan dibahas mengenai disain penelitian, indentifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi serta sampel dan tehnik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data, prosedur pengujian hipotesis.

Bab 4 Analisis Dan Pembahasan

Melalui bab ini dapat dilihat gambaran umum objek penelitian , diskripsi data , analisis data dan pembahasan.

Bab 5 Simpulan Dan Saran

Bab ini memuat simpulan didasarkan pada pembahasan dan penguraian dari bab sebelumnya , kemudian diberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat .