

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masalah pemasaran merupakan salah satu dari banyak masalah yang dihadapi perusahaan sehari-hari sejalan dengan perkembangan kehidupan masyarakat, pada masa sekarang ini. Kegiatan pemasaran dalam situasi perekonomian sekarang ini tidak terlepas dari persaingan yang datang dari perusahaan-perusahaan lain yang sejenis atau serupa, sehingga mengakibatkan adanya persaingan yang datang dari perusahaan lokal yang menyebabkan konsumen mempunyai banyak kesempatan untuk memilih dan menentukan hasil produksi mana yang sesuai dengan selera konsumen atas suatu produk.

Perusahaan harus mampu menarik konsumen dengan menentukan posisi dan segmen pasar yang tepat. hal tersebut dilakukan agar perusahaan lebih mudah dalam menerapkan strategi pemasaran dan mampu mengatasi persaingan yang semakin tajam dalam dunia bisnis sejenis. Untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka banyak perusahaan yang berorientasi pada konsumen, artinya perusahaan menggunakan strategi pemasaran yang terintegrasi dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Perusahaan dalam memuaskan konsumen, perusahaan harus terus mencari tahu apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan konsumen atas suatu produk.

Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi

maka produk akan ditolak. Sekalipun produk tersebut masih dalam batas toleransi yang telah ditentukan maka produk tersebut sebaiknya perlu menjadi catatan untuk menghindari terjadinya kesalahan yang lebih besar diwaktu yang akan datang. Kondisi pelanggan yang semakin kritis dalam hal kualitas juga memaksa perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari klaim atau ketidakpuasan pelanggan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Kotler & Armstrong (2009:23) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Persaingan yang terus meningkat antar merek dalam toko, kemasan telah menjadi perluasan produk dan cara untuk mengidentifikasi dan membedakan berbagai produk. Saat ini banyak perusahaan yang berusaha mengembangkan desain kemasan untuk produk mereka, merancang dampak yang lebih besar bagi konsumen. Dalam beberapa hal kemasan yang baik dan inovatif mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan demikian kemasan yang menarik akan mempercepat kelancaran penjualan produk tersebut. Karena biasanya pada pembungkus juga tertera brand, isi produk, manfaat produk, cara penggunaan, serta jaminan dan peringatan keselamatan atau keterbatasan manfaat produk disertai waktu kadaluwarsa. Disamping itu, pembungkus dapat merupakan saran informasi kepada konsumen dengan pemberitahuan tentang bagaimana memperoleh kepuasan yang lebih besar dari produk tersebut. Hal lain tentang

manfaat pembungkus juga adalah sebagai alat untuk melindungi produk tersebut agar mutu dan kondisinya selalu tetap baik (Suryadi, 2009:158).

Perusahaan dituntut agar lebih jeli dalam kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam usaha menunjang kegiatan perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya. Seperti kita ketahui kegiatan yang tidak kalah pentingnya adalah kegiatan dalam bidang pemasaran yaitu menyalurkan barang-barang sampai ke tangan konsumen. Menurut Tjiptono (2010:185) secara garis besar pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam pemasaran pemilihan dan penentuan saluran distribusi merupakan bagian dari kegiatan yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan, apabila dalam memilih saluran distribusi kurang tepat maka dapat mengakibatkan terlambatnya dan tidak efisiennya usaha penyaluran barang ke konsumen. Distribusi yang tidak lancar akan mendorong konsumen pindah ke produk lain, karena konsumen merasa kecewa dengan adanya kekosongan produk di pasar atau harga yang lebih mahal. Oleh karena itu para pengusaha dan pengrajin harus memperhatikan dalam penentuan saluran distribusi secara seksama, agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Kepulauan Karimun Jawa, secara geografis, terletak antara 5' 40" - 5' 57" LS dan 110' 4" - 110' 40" BT, berada di perairan Laut Jawa yang jaraknya \pm 45 mil laut dari kota Jepara, termasuk ke dalam wilayah administratif Kecamatan

Karimunjawa, Kabupaten Jepara. Saat ini telah berkembang kegiatan budidaya rumput laut yang terdapat di perairan sekitar Pulau Menjangan, Pulau Karimunjawa, dan Pulau Kemujan. Penduduk Karimunjawa melakukan kegiatan budidaya rumput laut sebagai usaha sampingan selain sebagai nelayan. Penempatan rakit atau tali apung berada pada sekitar alur yang biasa dilalui kapal sehingga perawatan dan pemeriksaan tanaman bisa dilakukan sesekali pada waktu senggang atau pada saat berangkat ataupun pulang melaut. Jenis rumput laut yang dibudidayakan adalah *Eucheuma cottoni*. Rumput laut jenis tersebut mengandung karaginan tinggi yang banyak mendukung industri makanan, farmasi, dan kosmetika.

Camat Karimunjawa, Nuryanto mengatakan bahwa upaya budidaya rumput laut di kepulauan yang ada di Laut Jawa ini sudah dimulai beberapa tahun lalu. Namun seiring waktu, luasan lahan budidaya maupun jumlah petani rumput laut tidak bertambah, justru kian menyusut.

Tabel 1.1
Data Luas Lahan Budidaya Rumput Laut

Tahun	Luas Lahan	Lokasi
2010-2013	132 hektare	Pulau Nyamuk, Nyamplungan, Mrican, Karimunjawa
2013-2015	100 hektare	Pulau Nyamuk, Nyamplungan, Mrican, Karimunjawa
2015-2017	60 hektare	Mrican, Nyamplungan dan Karimunjawa

Sumber: UMKM Produk Rumput Laut, 2019.

Dari tabel 1.1. dapat dilihat bahwa dalam kurun waktu 2010-2015, luasan lahan budidaya rumput laut masih mencapai sekitar 100 hektare (ha). Ratusan ha

tersebut tersebar di sejumlah lokasi yang ada di Karimunjawa, mulai dari Pulau Nyamuk, Nyamplungan, Mrican, Karimunjawa sendiri dan lain sebagainya. Budidaya tersebut dilakukan para nelayan maupun warga yang tinggal di masing-masing pulau tersebut dengan memanfaatkan lahan yang ada di kawasan pinggiran perairan laut di wilayah mereka. Namun antara tahun 2016-2017, luasan lahan budidaya yang tersisa hanya sekitar 60 ha. Itupun hanya terdapat di sejumlah lokasi, seperti Mrican dan Nyamplungan.

Penelitian oleh Lestari, dkk (2014) bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, penelitian oleh Mariana (2015) menyatakan bahwa kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Wijaya (2013) melakukan penelitian dengan hasil saluran distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel saluran distribusi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nuryanti dan Rahman (2018) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kemasan produk terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, Zulkarnain (2013) melakukan penelitian dengan hasil kemasan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk dan proses pengemasan rumput laut yang masih kurang baik dikarenakan sistem pengolahan yang masih tradisional, disamping itu sistem pendistribusian produk yang masih menjadi kendala karena kondisi geografis di Karimun Jawa menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan dan Saluran Distribusi Terhadap**

Keputusan Pembelian Pada UMKM Produk Rumput Laut di Karimun Jawa Jebara.

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup atau batasan pembahasan dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1. Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian pada UMKM Produk Rumput Laut di Karimun Jawa Jebara adalah kualitas produk, kemasan dan saluran distribusi sebagai variabel independen, sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.
- 1.2.2. Obyek penelitian pada UMKM rumput laut di Karimun Jawa.
- 1.2.3. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen rumput laut di Karimun Jawa.
- 1.2.4. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan setelah proposal disetujui.

1.3. Perumusan Masalah

Produk rumput laut di Karimun Jawa mengalami penurunan dengan semakin sedikitnya pembudidaya rumput laut yang disebabkan dalam kurun waktu 2010-2015, luasan lahan budidaya rumput laut masih mencapai sekitar 100 hektare (ha). Ratusan ha tersebut tersebar di sejumlah lokasi yang ada di Karimunjawa, mulai dari Pulau Nyamuk, Nyamplungan, Mrican, Karimunjawa sendiri dan lain sebagainya. Budidaya tersebut dilakukan para nelayan maupun warga yang tinggal di masing-masing pulau tersebut dengan memanfaatkan lahan yang ada di kawasan pinggiran perairan laut di wilayah mereka. Namun antara

tahun 2016-2017, luasan lahan budidaya yang tersisa hanya sekitar 60 ha. Itupun hanya terdapat di sejumlah lokasi, seperti Mrican dan Nyamplungan. Selain itu, produk mereka ketika panen kurang maksimal karena dengan jumlah lahan yang semakin menyempit. Berdasarkan uraian di atas maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1.3.1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Produk Rumput Laut di Karimun Jawa Jepara?
- 1.3.2. Apakah ada pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Produk Rumput Laut di Karimun Jawa Jepara?
- 1.3.3. Apakah ada pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada UMKM Produk Rumput Laut di Karimun Jawa Jepara?
- 1.3.4. Apakah ada pengaruh kualitas produk, kemasan dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada UMKM Produk Rumput Laut di Karimun Jawa Jepara secara berganda?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

- 1.4.1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Produk Rumput Laut di Karimun Jawa Jepara.
- 1.4.2. Untuk menguji pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Produk Rumput Laut di Karimun Jawa Jepara.

1.4.3. Untuk menguji pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada UMKM Produk Rumput Laut di Karimun Jawa Jepara.

1.4.4. Untuk menguji pengaruh kualitas produk, kemasan dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada UMKM Produk Rumput Laut di Karimun Jawa Jepara secara berganda.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5.2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan serta bahan pengembangan bagi pihak UMKM rumput laut di Karimun Jawa sebagai sumber informasi dan merumuskan pengambilan keputusan yang tepat dalam menghadapi masalah pemasaran produk.