

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri mebel dan kerajinan kayu merupakan industri yang cukup banyak menyerap tenaga kerja. Industri ini termasuk 10 industri unggulan yang menyumbang ekspor nasional. Mebel memiliki pangsa pasar yang cukup besar, baik pasar lokal maupun ekspor. Di Indonesia, khususnya di Jawa Tengah merupakan pangsa pasar mebel sebesar 31-35% terhadap total ekspor nasional. Hal ini menjadikan Jawa Tengah sebagai produsen mebel terbesar di Indonesia. Industri mebel yang dimiliki secara kualitas mampu bersaing dengan industri mebel di negara lain (Suseno, 2013:46)

Industri mebel (*furniture*) adalah industri yang mengolah bahan baku kayu bulat, rotan, dan bahan alami lainnya menjadi produk barang jadi. Yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Industri mebel di Indonesia tersebar hampir seluruh provinsi, dengan sentra-sentra yang cukup besar terletak di kota Jepara, Sukoharjo, Pasuruan, Gresik, Sidoharjo dan lain sebagainya (Kementrian Perindustrian, 2014)

Di Indonesia, khususnya Jawa Tengah memiliki sentra industri mebel yang keunikannya sulit ditiru daerah lain. Ini merupakan potensi yang sangat besar untuk terus dikembangkan, sehingga kontribusinya terhadap perekonomian daerah ini bisa makin signifikan. Hal ini juga merupakan potensi perekonomian yang harus didorong terus pertumbuhannya agar dari waktu ke waktu mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah dan nasional. (Arief, 2014:26)

Kota Jawa Tengah yang memiliki cukup baik dalam sentra industri mebel adalah Pemalang. Di Pemalang banyak produsen, baik yang berbentuk badan hukum maupun perorangan (*home industry*), sebagai perajin mebel dengan penghasilan yang lumayan tinggi dengan memiliki beberapa karyawan. Salah satu mebel di Pemalang adalah UD. AB Putra Rimba, yang terletak di kecamatan

Bojongbata, Kabupaten Pematang Jaya. UD. AB Putra Rimba yang didirikan belum lama pada tahun 2015. Perusahaan ini berfokus pada furniture berbahan baku murni kayu jati untuk menjaga kualitas produk mebelnya. Mebel yang diproduksi tergolong pada mebel kelas premium yang bergaya klasik maupun minimalis. Produk tipe indoor adalah furnitur yang berada dalam ruangan seperti kursi, meja makan, almari, buffet. Adapaun bentuk kayu bulat yang belum diolah untuk dapat dijual.

Persaingan antar industri mebel begitu ketat dalam menarik minat konsumen, sehingga beberapa bulan terakhir untuk kayu olahan sendiri mengalami penurunan penjualan, namun untuk kayu bulat relatif stabil karena banyak perusahaan *home industry* lain yang membeli kayu bulat untuk dijadikan produk *furniture*. Menyadari dengan adanya penurunan tersebut, maka pihak pengusaha menginginkan perbaikan didalam pengembangan kualitas produk mebel karena untuk memenuhi keinginan konsumen guna mempertahankan pelanggan dan bisa menarik konsumen lebih banyak lagi. Untuk pengembangan kualitas produk dengan mengetahui atribut yang dipentingkan oleh konsumen. Pengembangan kualitas sangat penting bagi sebuah industri yang menghadapi persaingan yang terjadi, hal ini dikarenakan kualitas merupakan salah satu indikator ukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

Suatu perusahaan dalam industri mebel harus dapat menarik perhatian kepada konsumen agar tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini yang menjadikan peran promosi penting untuk perusahaan. Namun dalam UD. AB Putra Rimba sendiri masih kurangnya melakukan promosi, hal ini dikarenakan kurangnya pelayanan untuk melakukan pendekatan kepada konsumen yang memberitahukan bahwa furniture yang diberikan UD. AB Putra Rimba memiliki kualitas produk yang baik serta dengan memberikan harga yang terjangkau.

Bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller, dapat diartikan bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya (Benyamin Molan, 2012:23). Sedangkan pengertian bauran pemasaran dapat diartikan bauran pemasaran merupakan strategi mencampuri kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari

kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan. *Marketing mix* terdiri atas empat komponen atau disebut 4P yaitu *product, price, place, promotion* (Buchari Alma 2012:205).

Dari latar belakang yang telah diuraikan, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kayu Olahan dan Kayu Bulat Jati UD. AB Putra Rimba di kecamatan Bojongbata Kabupaten Pematang Jaya, Jawa Tengah”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah penelitian adalah

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kayu di UD. AB Putra Rimba?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kayu di UD. AB Putra rimba?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kayu di UD. AB Putra Rimba?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kayu di UD. AB Putra Rimba?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kayu di UD. AB Putra Rimba
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kayu di UD. AB Putra Rimba
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kayu di UD. AB Putra Rimba
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kayu di UD. AB Putra Rimba?

1.4. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian tersebut manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah yang telah diterima kedalam penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan.

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diambil dan mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis.

3. Pengembangan Disiplin Ilmu

Diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi masyarakat sebagai bahan referensi dalam mengembangkan dan memperdalam pemasaran bidang kayu *furniture*.