

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang Masalah

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Era globalisasi memunculkan persaingan yang ketat baik antara perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Fenomena persaingan yang ada dalam era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian Indonesia ke mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar (*market share*). Pangsa pasar adalah indikator yang menjadi tolak ukur strategi pemasaran sebuah perusahaan terhadap pesaing dan perubahan yang terjadi dalam marketing dan penjualan. Sesuai dengan pernyataan Rahman (2016:296) bahwa pangsa pasar (*market share*) adalah sebagai bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau presentasi penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu.

Manusia di tuntun untuk cepat dan tepat bertindak supaya tidak kalah bersaing. Dengan adanya kemajuan teknologi menyebabkan semakin banyak produk yang dihasilkan dan di tawarkan di pasar, salah satu hal yaitu produk deterjen. Deterjen merupakan salah satu produk pembersih pakaian yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat Indonesia. Menurut data ICN (*Indonesen commercial Newsletter*), total konsumsi deterjen untuk wilayah Indonesia pada tahun 2010 mencapai 449.100 ton dan diperkirakan akan terus meningkat dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia setiap tahun. Deterjen yang beredar

di pasaran saat ini terbagai menjadi tiga jenis yaitu deterjen cair, deterjen serbuk dan deterjen krim.

Selama ini di Indonesia, deterjen diproduksi oleh beberapa perusahaan, seperti PT. Wings, PT. Unilever, PT. Kao, PT. Sinar Antjol. Terbukti dengan banyaknya beredar berbagai merek deterjen yang ada dipasaran, seperti deterjen Rinso, Daia, Attack, So klin. Berdasarkan Top Brand Index pada tahun 2020, berikut brand sabun cuci pakaian yang diminati.

Tabel 1.1
Top Brand Index: Sabun pencuci pakaian tahun 2015 – 2020

MERK	TAHUN					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Rinso	48,4%	50,5%	49,0%	39,4%	43,8%	42,3%
Daia	17,2%	18,2%	17,2%	16,7%	18,7%	22,5%
Attack	16,2%	12,4%	11,5%	11,6%	15,3%	11,7%
So klin	11,3%	8,0%	8,7%	9,0%	11,8%	3,9%

Sumber: *topbrand – award. com* (2020)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa deterjen Rinso masih tetap memimpin di posisi pertama di *top brand award* selama 5 tahun berturut-turut sebagai produk deterjen terbaik dalam *top brand index* di Indonesia. Perusahaan tersebut dapat menempati posisi pertama tidak lepas dari pengambilan keputusan yang tepat. Pengambilan keputusan memiliki arti penting bagi perkembangan suatu perusahaan, sebab masa depan suatu organisasi banyak ditentukan oleh pengambilan keputusan sekarang, salah satunya dalam hal keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu pemikiran seorang konsumen dimana konsumen tersebut menilai atau mempertimbangkan berbagai hal dalam mengambil

keputusan untuk membeli suatu produk. Menurut Sumarwan, U. (2014:377) keputusan pembelian merupakan keputusan seseorang yang akan dibuat ketika orang tersebut memiliki keinginan untuk membeli suatu barang mengenai barang apa yang akan dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli dan bagaimana cara membayarnya. Dengan mengambil keputusan pembelian yang tepat akan membuat seorang merasa puas akan sebuah keputusan yang mereka ambil tetapi di samping mengambil keputusan pembelian faktor kemasan lah yang membuat seseorang akan lebih yakin akan mengambil sebuah keputusan pembelian

Kemasan merupakan sebuah wadah dari hasil akhir sebuah produk yang dapat meningkatkan nilai serta fungsi dari produk yang berperan penting dalam mempertahankan kualitas mutu dan keamanan produk yang berfungsi mencegah dan mengurangi terjadinya kerusakan-kerusakan pada produk. Menurut Yuyun (2010:228). Dengan adanya perkembangan zaman yang maju sekarang ini, kemasan tidak hanya sebagai tempat atau wadah saja namun peran kemasan telah berkembang menjadi sebuah alat penarik minat konsumen. Tentu dengan adanya kemasan yang menarik juga mempengaruhi merek untuk mendukung keminatan konsumen akan sebuah produk yang mereka perlukan

Merek merupakan strategi jangka panjang yang memiliki nilai ekonomis bagi konsumen maupun bagi si pemilik merek menurut Ginting (2011:99). Dengan adanya merek akan membuat konsumen lebih mudah mengenal sebuah produk dari produk pesaing lainnya. Tentu untuk meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk dengan adanya kualitas produk dapat menjadi acuan para konsumen dalam membeli produk tersebut.

Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya menurut Kotler, P., & Armstrong, G. (2014:11). Dengan adanya kualitas produk dapat memberikan kepuasan dan kebutuhan bagi pengguna atau konsumen dari segala atribut maupun komponen yang ada di produk tersebut.

Terdapat dalam penelitian ini memfokuskan penelitian “Pengaruh Kemasan, Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember”. Keempat variabel tersebut telah mencakup berbagai masalah yang sudah teridentifikasi, serta bertujuan untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu luas supaya penelitian dapat lebih fokus dan tepat sasaran serta responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang memakai deterjen rinso warga Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

Terdapat beberapa hasil penelitian tentang pengaruh kemasan, merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian yang dilakukan Sugiarti (2016) tentang “Pengaruh Citra Merek, Kemasan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Rexona” menunjukkan bahwa variabel citra merek, kemasan dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Rexona. Penelitian Ghazali (2019) tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU” menunjukan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas produk dan merek terhadap keputusan

pembelian samsung galaxy pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU. Penelitian Pratama, M. A., & Rosha, Z. (2017) tentang judul "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek terhadap keputusan pelanggan air mineral dalam kemasan merek Aqua di kota padang" menunjukan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan air mineral dalam kemasan merek Aqua di kota padang. Dalam penelitian yang di lakukan Akbar (2019). "*The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Mitraindo South Tangerang Online Shop*" menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Imiru (2017) "*The effect of packaging attributes on consumer buying decision behavior in major commercial cities in Ethiopia*" menunjukan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara warna kemasan dan bahan kemasan terhadap keputusan pembelian pangan kemasan serelia.

Perkembangan pemakaian rinso dari tahun ke tahun semakin positif. Hal ini dimungkinkan karena dengan banyak penggunaan produk rinso. Semakin banyaknya jenis maupun merek yang beredar di pasar, maka keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk saja, tetapi sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan adanya perbedaan hasil penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, menjadikan pentingnya dilakukan penelitian ulang. Sehingga dapat memperoleh informasi yang lebih jelas untuk mengetahui pengaruh kemasan, merek, kualitas produk terhadap keputusan

pembelian rinso. Desa kramat sukoharjo merupakan sebuah desa dengan letak geografis pegunungan yang berada di kawasan kecamatan tanggul kabupaten jember. Dilihat dari letak geografisnya, mata pencaharian dari warga desa kramat sukoharjo mayoritas petani dan pekebun. Dalam menyelesaikan tugas sebagai ibu rumah tangga, warga desa kramat sukoharjo memerlukan waktu seefisien mungkin agar bisa menyelesaikan tugas secara cepat sehingga mereka bisa melaksanakan kewajiban lainnya, seperti bertani atau berwirausaha. Oleh karena itu desa kramat sukoharjo membutuhkan deterjen untuk meringankan pekerjaan rumah tangga mereka. Salah satu deterjen yang banyak digunakan oleh warga desa kramat sukoharjo tersebut adalah rinso. Rinso merupakan sebuah deterjen yang memiliki beberapa kelebihan, seperti memiliki kualitas produk yang nyaman digunakan, mudah digunakan dengan hasil yang memuaskan seperti cepat cuci bersih, higienis dan anti noda. Deterjen rinso memiliki kemasan yang menarik, dan memiliki merek yang sudah dikenal banyak orang, mudah ditemukan diberbagai tempat penjualan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, "Pengaruh Kemasan, Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?
- b. Apakah merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang ada di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menguji dan menganalisis pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
- b. Menguji dan menganalisis pengaruh merek yang keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
- c. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara ilmiah maupun secara praktis baik bagi penulis sendiri, pihak instansi pendidikan dan

pihak-pihak lainnya yang kiranya berkepentingan. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran terutama dalam menguji teori kemasan , merek dan kualitas produk sehingga dapat dijelaskan apakah hasil penelitian ini mendukung atau menolak penelitian sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai pengetahuan dan referensi yang dapat di kembangkan dikemudian hari oleh mahasiswa selanjutnya berkaitan dengan kemasan, merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga dapat menambah literatur khususnya untuk perpustakaan yang berada di lingkungan STIE Widya Gama Lumajang.

2) Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk penulisan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Institusi STIE Widya Gama Lumajang, dalam mengaplikasikan dan membandingkan antara teori-teori dari bangku perkuliahan dengan realitas yang ada dilapangan dan untuk lebih memahami serta memperluas tentang manajemen pemasaran yang realpada pemasaran yang ada di pasar yang sebenarnya.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memotivasi penelitian yang lain untuk mengadakan penelitian yang berhubungan dengan tema ini.

4) Bagi Perusahaan

Diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengembangan produk yang berhubungan dengan kemasan, harga dan merek yang digunakan untuk meningkatkan produktifitas serta memberikan kepuasan terhadap konsumen .

