

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini, Indonesia termasuk dari 3 (tiga) negara penghasil singkong terbesar di dunia. Dan Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi negara penghasil singkong terbesar di dunia karena diversifikasi budidaya singkong kita terus berkembang pesat. Untuk produksi ubi kayu tahun 2008 produksi 21.756.991 ton, dan tahun 2011 meningkat mencapai 23.044.025 ton. Lalu pada tahun 2013 meningkat lagi menjadi 24.936.921 ton. Jika dirata-rata dari tahun 2009, produktivitas naik sekitar 4,64 persen dan produksi naik sekitar 2,04 persen. Dan tahun ini diperkirakan sekitar 26 juta ton. (<http://tabloidsinartani.com/>)

Kementerian Pertanian melalui Badan Litbang Pertanian telah menghasilkan teknologi produksi singkong yang mencakup penyiapan lahan dan bibit; pola, waktu dan cara tanam; pengendalian erosi; populasi tanaman dan jarak tanam; pengendalian gulma; pemupukan; pengendalian hama dan penyakit; dan panen. Termasuk menyediakan varietas unggul adalah yang mempunyai karakteristik : a) berkadar pati tinggi, b) potensi hasil tinggi, c) tahan tekanan cekaman biotik dan abiotik, serta d) fleksibel dalam usahatani dan umur panen.

Pemerintah akan terus mendorong produktivitas singkong sepanjang 2015-2019 mendatang. Dari posisi saat ini hanya sekitar 18-20 ton per hektar, menjadi sekitar 30-40 ton per hektar. Mulai dari kemudahan berusaha dan membuka lahan baru. Selain itu, pemerintah akan memperbaiki efisiensi rantai nilai perdagangan singkong. Caranya, dengan membangun sistem dan persaingan yang sehat, memantau harga produk-produk ubi kayu di pasar. Impor hanya akan dilakukan jika dalam negeri membutuhkan sementara pasokannya kurang.

Produktivitas singkong tidak hanya pada sistem produksi tanamnya tetapi bisa melalui hasil produk turunan singkong itu sendiri, misalnya tepung mocaf, tepung tapioka, bioetanol, MSG, pemanis, tape dll. Nilai tambah dari produk turunan singkong memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi.

Jember adalah kota yang sangat berlimpah atas hasil cocok tanam umbi-umbian seperti singkong yang menjadi bahan dasar pembuatan tape. Dalam perkembangannya, tape dimodifikasi menjadi produk turunan seperti suwar-suwir, proll tape, brownies tape, pia tape dan dodol tape. Perkembangan usaha tersebut ternyata membawa kota Jember dikenal sebagai kota tape, kota suwar-suwir dan sebutan lainnya yang berhubungan dengan tape. Fenomena perkembangan hal ini akan meningkatkan persaingan usaha di bidang produksi tape maupun produk turunannya. Persaingan yang terjadi menuntut pengusaha-pengusaha produk turunan tape untuk semakin ekonomis dan efisien dalam proses produksinya. Untuk meningkatkan daya saing produk, selain meningkatkan kualitas, mereka juga harus mampu menciptakan harga yang kompetitif di pasaran.

Hal tersebut tentu saja merupakan peluang pasar yang cukup besar bagi perusahaan dan home industry dalam memproduksi produk turunan tape singkong. Banyaknya perusahaan-perusahaan dan industri rumahan di Kabupaten Jember dalam mengolah produk turunan tape singkong menciptakan persaingan bisnis, maka syarat yang harus dipenuhi oleh suatu industri rumahan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan dan industri rumahan tersebut harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan produk yang diinginkan konsumen dengan kualitas yang pantas. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dan industri rumahan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya serta tidak kalah pentingnya adalah memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya.

Menurut Kotler (2008:28) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran sebagai subyek pengambilan

keputusan merupakan serangkaian tindak terprogram untuk memastikan bahwa semua operasi pemasaran dapat terorganisasi dan sesuai dengan sasaran.

Dengan melihat harga, kualitas maupun desain produknya, agar produk yang ditawarkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan mempunyai nilai yang lebih dibandingkan para pesaingnya, maka produsen perlu memperhatikan atribut produknya yang merupakan unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi merk, label, kemasan, layanan pelengkap, jaminan (garansi), dan harga Menurut Tjiptono (2008:104).

Banyaknya industri yang terdapat di Kabupaten Jember seperti Primadona, Tape Manis 96, U.D. Arum Sari, U.D. Andhika, Vina Madu dan U.D. Rama, yang sebagian besar memproduksi suwar-suwir, brownies tape, prol tape menjadi pesaing bagi produsen lainya yang memproduksi prol tape seperti UD. Purnama Jati. Secara umum produk prol tape memiliki desain, kemasan dan tekstur yang sama, hal ini yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk prol tape. Dari fenomena diatas mengindikasikan bahwa minat beli konsumen prol tape masih terpecah pada berbagai macam produk turunan tape singkong di Kabupaten Jember.

Tabel 1.1 Volume Penjualan Produk UD. Purnama Jati

<b>Produk</b>	<b>/ Jul-15</b>	<b>Aug-15</b>	<b>Sep-15</b>	<b>Oct-15</b>	<b>Nov-15</b>	<b>Dec-15</b>	<b>Jan-16</b>	<b>Feb-16</b>	<b>Mar-16</b>
<b>Prol Tape Kecil</b>	4300	4210	4200	4376	4523	6620	5090	4423	4376
<b>Prol Tape Besar</b>	5100	4989	4992	5491	5562	7953	5349	5320	5191
<b>Pia Tape</b>	2538	2467	2900	2670	2672	3509	3009	2529	2570
<b>Pia Edamame</b>	823	780	810	1352	1120	1366	801	1045	1452
<b>Suwar-Suwir (1 kg)</b>	92	95	96	110	99	125	96	94	122
<b>Suwar-Suwir (1/2 kg)</b>	532	457	450	356	608	673	162	608	356
<b>Brownis Tape Besar</b>	789	699	715	628	689	1104	848	798	628
<b>Brownis Tape Kecil</b>	697	580	610	488	467	718	801	456	448

Data Volume Penjualan Produk UD. Purnama Jati

Tabel diatas menunjukkan volume penjualan produk dari UD. Purnama Jati di Kabupaten Jember selama periode bulan Juli 2015 sampai dengan Maret 2016. Peningkatan dan penurunan penjualan produk dapat di jelaskan sebagai fenomena bisnis dari UD. Purnama Jati dalam memasarkan produknya selama sembilan bulan. Kondisi ini menjadi landasan dalam memaparkan permasalahan yang ada di dalam manajemen pemasaran UD. Purnama Jati baik dari persepsi pembeli (konsumen), manajemennya, atau dari pesaing lainnya yang bergerak dalam lini bisnis yang sama di Kabupaten Jember. Banyaknya variansi produk UD. Purnama Jati yang salah satunya menjadi fokus kajian yang akan di teliti yakni produk prol tape, menunjukkan fluktuasi volume penjualannya selama kurun waktu Sembilan bulan.

Dalam lingkungan persaingan produk yang semakin ketat dengan masuknya produk-produk inovatif kepasarannya yang mana terdapat kondisi pasar yang jenuh untuk produk-produk, di sisi lain usaha untuk mengelola loyalitas konsumen menjadi tantangan yang tidak mudah, konsumen memiliki beraneka ragam kebutuhan dan keinginan yang dapat dipenuhi dengan mengonsumsi produk tertentu. Tetapi keterbatasan daya beli dan kesediaan untuk membeli membuat tidak semua kebutuhan dan keinginan bisa direalisasikan. Oleh sebab itu, konsumen biasanya membuat skala prioritas dan berusaha mencari dan membeli produk yang dinilai paling sesuai dan memuaskan.

Suatu produk yang ditawarkan ke konsumen oleh perusahaan akan bertahan di pasaran jika atribut dari produk tersebut diterima, atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli, manfaat dari sebuah produk ini dikomunikasikan oleh atribut produk yang meliputi dari merek, kemasan, label, harga, atribut produk diberikan kepada konsumen bertujuan untuk menarik pembeli dan jika atribut ini diterima maka konsumen diharapkan akan merasa puas terhadap produk tersebut yang akhirnya menghantarkan konsumen menjadi loyal terhadap produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2008) yang menyatakan bahwa atribut produk adalah

suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan untuk menetapkan kebutuhan akan barang dan jasa yang perlu dibeli serta mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih diantara alternatif merek. Konsumen cenderung membeli produk yang disukainya dari segi merek yang paling disukainya. Dan tugas dari produsen adalah memenuhi keinginan konsumen guna menarik konsumen untuk membeli produk mereka untuk mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul **”Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Prol Tape “Purnama Jati”, Jember”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian prol tape “purnama jati”, Jember?
2. Apakah label berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian prol tape “purnama jati”, Jember?
3. Apakah kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian prol tape “purnama jati”, Jember?
4. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian prol tape “purnama jati”, Jember?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh merek terhadap keputusan pembelian prol tape “purnama jati”, Jember.

2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh label terhadap keputusan pembelian prol tape “purnama jati”, Jember.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian prol tape “purnama jati”, Jember.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian prol tape “purnama jati”, Jember.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada tujuan yang telah ditetapkan diatas, maka manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi dan melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengalaman bagi peneliti khususnya mengenai pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian prol tape.

2. Bagi Masyarakat

Sebagai salah satu bahan informasi atau bahan kajian untuk menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian dalam suatu perusahaan.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Melalui hasil penelitian ini, diharapkan menjadi landasan atau bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama.