

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri meubel di Indonesia semakin berkembang dari waktu ke waktu, sementara itu para pemilik modal semakin kompetitif dalam mendirikan dan mengelola bisnis yang digelutinya. Oleh karena itu, persaingan semakin ketat ini menuntut setiap industri meubel harus semakin pandai dalam menetapkan strategi. Pada kondisi ini berbagai cara yang dilakukan dengan meningkatkan inovasi produk oleh industri meubel demi mendapatkan perhatian dari konsumen sehingga dapat menghasilkan produk yang diinginkan dan dapat diterima oleh konsumen.

Salah satu industri yang sedang berkembang dan terus melakukan inovasi yakni industri meubel. Meubel merupakan himpunan industri penghasil produk-produk yang mencakup kegiatan produktif mengolah bahan mentah atau bahan setengah jadi menjadi bahan jadi. Salah satu aspek penting dalam industri meubel yakni pada inovasi produknya agar konsumen menjadi lebih tertarik untuk melakukan pembelian pada industri tersebut.

Hal yang paling diinginkan oleh suatu industri yakni keputusan pembelian atau konsumen untuk membeli produk dari industri. Keputusan pembelian konsumen adalah membeli produk yang paling disukai dari berbagai alternative yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang

lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual. Kottler dan Armstrong (2002),

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh industri berikutnya. Keberhasilan industri dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varian - varian baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan.

Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan. Persaingan yang begitu ketat sekarang ini membuat industri-industri harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Produk yang memiliki kualitas yang baik dengan differensiasi yang juga baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal. Dengan memahami bagaimana perilaku konsumen akan memberi sumbangsih bagi industri untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka ke pasar. Artinya ketika suatu produk

hendak diproduksi, jauh sebelumnya telah diketahui apa yang menjadi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen.

Saat ini produk yang ditawarkan setiap industri semakin beragam dengan kelebihan masing-masing. Hal tersebut menyebabkan para konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang sesuai. Maka dari itu industri berlomba-lomba untuk melakukan inovasi produk agar menarik minat konsumen, salah satu yang bisa meningkatkan keputusan pembelian adalah inovasi dibidang produk dengan berupaya membuat model-model baru atau berinovasi agar produk menarik dan akan menjadi pijakan yang kuat untuk konsumen memutuskan pembelian.

Dalam menciptakan hubungan antara industri dan konsumen, maka hal yang dilakukan oleh industri berupa meningkatkan kualitas produk yang berinovatif. Hal ini juga dilakukan oleh industri Faninda Jaya Meubel selalu berupaya untuk memberikan produk-produk yang dapat memberikan harapan kepada konsumen pengembangan usaha yang dilakukan dengan cara melakukan aneka produk merupakan bentuk kreatifitas meubel ini, dengan tujuan untuk memberikan masukan atau ide kepada masyarakat baik pihak industri maupun konsumen, dengan kualitas dan mutu nomor satu bahan baku yang diproduksi merupakan kayu jati dan kayu perhutani yang dikerjakan langsung oleh pengrajin furniture asli jepara, Dan dapat meningkatkan penjualan dengan demikian dapat dikatakan bahwa bertambah banyaknya jumlah barang yang ditawarkan kepada konsumen dan ditunjang dengan arus informasi tentang produk

yang berinovatif mudah diperoleh, menyebabkan mereka semakin selektif dalam membeli suatu barang, baik dalam kualitas, desain motif, warna maupun harganya.

konsumen akan membeli terhadap produk Faninda Jaya Meubel jika konsumen tersebut memiliki kepercayaan bahwa industri kompeten dan dapat konsisten menepati janjinya dalam pembuatan produk yang sesuai dengan selera konsumen yang berinovatif dan yang kreatif. Konsumen juga akan membeli jika terdapat kualitas produk yang baik dan berbagai macam model-model terbaru dari Faninda Jaya Meubel terhadap konsumennya dan akan bertanggung jawab serta siap melayani ketika terjadi permasalahan dan keluhan terhadap produk pada Faninda Jaya Meubel.

Selain itu, industri Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo membangun komitmen dengan konsumennya yakni apabila dalam pengambilan produk terdapat kerusakan pada produk atau produk tidak sesuai harapan konsumen, maka produk tersebut dapat diperbaiki kembali oleh Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo. Oleh karena itu, sebelum produk di serahkan kepada konsumen maka Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo melakukan pemeriksaan kembali kualitas dan kerusakan yang ada pada produk tersebut sebelum diserahkan pada konsumen. Karena salah satu syarat agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan konsumen. konsumen akan terus bertahan pada suatu produk dan suatu industri ketika terdapat

kualitas produk yang baik, model- model dan motif terbaru pada industri tersebut. Oleh karena itu, konsumen yang ada pada Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo bukan hanya berasal dari kota Gorontalo saja melainkan ada beberapa konsumen berasal dari luar kota Gorontalo.

Sebagai gambaran awal berikut ini akan disajikan perkembangan jumlah konsumen pada industri Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo dari tahun 2014 s/d tahun 2016 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Jenis Produk	Tahun Dalam Penjualan		
	2014	2015	2016
Lemari	80	78	91
Teras Daun	150	205	261
Sofa	15	21	32
Bupet	64	58	72
Jam Sudut	6	2	9
JUMLAH PENJUALAN	315	364	465
PERKEMBANGAN JUMLAH PENJUALAN(%)	-	13,46	21,72

Sumber: Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo, 2017

Dari data tersebut di atas nampak bahwa perkembangan jumlah konsumen selama tiga tahun terakhir ini (tahun 2014 s/d tahun 2016) senantiasa mengalami peningkatan setiap tahunnya, dimana rata-rata perkembangan jumlah penjualan mengalami peningkatan sebesar 17,60% setiap tahunnya, hal ini dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 perkembangan jumlah penjualan meningkat sebesar 13,46%, dan tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 21,72%. Peningkatan penjualan

pada Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo tersebut disebabkan oleh inovasi produk bahwa Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo kompeten dalam hal ini kualitas cat dan ukiran yang ada pada Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo sangat baik. Karena proses pembuatan menggunakan mesin yang berkualitas, dan kariawan yang handal terhadap pembuatan produk yang dihasilkan yang membuat konsumen merasa puas.

Faninda Jaya Meubel kota Gorontalo dapat konsisten menepati janjinya dalam pengambilan pesanan yang tepat pada waktunya. Selain itu juga Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo menyediakan angkutan jasa untuk mengantar produk sampai pada konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengangkat judul "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo".

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Segi model yang berinovatif dan kreatif sehingga banyak konsumen yang membeli.
2. Bertanggung jawab dan siap melayani ketika terjadi kerusakan dan permasalahan pada produk Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo.
3. Bertambahnya jumlah pesanan dengan kualitas dan mutu nomor satu sehingga mengindikasikan keputusan pembelian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, Maka perumusan masalah dalam penelitian ini “Seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo”.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan penelitian ini “Untuk Menganalisis seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Faninda Jaya Meubel Kota Gorontalo”.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu penelitian khususnya bidang Manajemen Pemasaran terutama yang mengkaji tentang pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian. serta diharapkan dapat bermanfaat dalam ilmu administrasi bisnis. Diharapkan dapat membantu sebagai bahan referensi dalam penelitian lanjutan.

2. Manfaat praktis, diharapkan dapat menjadi masukan bagi:

a. Bagi konsumen

Diharapkan dapat menambah wawasan konsumen terhadap inovasi produk dan keputusan pembelian.

b. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat menjadi acuan/ referensi bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan pentingnya pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian.