

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan kita terdapat tiga macam kebutuhan pokok yaitu: sandang, pangan, dan papan. Jika salah satu kebutuhan pokok tersebut tidak terpenuhi maka tidak seimbanglah kehidupan kita. Maka dari itu kita harus menyeimbangkan kebutuhan tersebut. Salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi adalah papan. Dengan membuat rumah sebagai papan kita dapat berlindung di rumah tersebut. Dengan begitu kita harus membuat rumah yang kuat, nyaman tetapi murah. Pembangunan rumah tidak lepas dari bentuk atap rumah atau penutup atap bangunan pada umumnya. Dari waktu ke waktu, perkembangan bahan, bentuk dan fungsi atap semakin maju. Pengertian umum tentang atap adalah suatu bahan yang menutupi bagian atas suatu bangunan dan berfungsi sebagai pelindung bangunan terhadap pengaruh: panas, hujan, angin, dan sebagainya.

Atap rumah biasanya menggunakan seng, asbes atau genteng. Jenis genteng bermacam-macam yaitu genteng beton, genteng keramik, genteng tanah liat, genteng seng dan genteng kayu (sirap). Dengan banyaknya pembangunan yang dilakukan maka sangat dibutuhkan bahan penutup atap yang baik, yaitu penutup atap yang memenuhi persyaratan kuat, ringan, dan kedap air. Perkembangan desain rumah yang semakin modern diiringi dengan berkembangnya model dan bentuk atap yang menyesuaikan dengan desain modern semakin tumbuh pesat.

Permintaan berbagai macam genteng diikuti oleh penawaran pasar yang besar untuk memenuhi kebutuhan desain, kenyamanan dan fungsi penutup atap yang sesuai dengan keinginan konsumen. Harga yang sesuai dengan keinginan konsumen berpengaruh terhadap permintaan barang bermacam-macam merk dan model genteng. Dengan harga penutup atap yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat dapat menjadi pertimbangan yang sangat matang untuk mereka memilih jenis genteng yang disesuaikan dengan desain rumah yang dimiliki.

Selain itu juga produk, harga, tempat dan promosi dijadikan pertimbangan individu dalam membeli jenis penutup atap yang sesuai dengan keinginan. Fungsi genteng yang sesuai dengan harga yang semakin menarik konsumen untuk membeli genteng tersebut. Genteng keramik merupakan salah satu jenis genteng yang paling umum ditemui

pada setiap rumah yang memiliki usia cukup lama. Meskipun demikian, genteng keramik sangatlah diminati karena mempunyai beberapa keunggulannya tersendiri. Genteng ini terbuat dari tanah liat dan kaolin yang dicampur dengan pasir kuarsa. Setelah proses pencampuran dan pencetakan selesai, barulah cetakan genteng tersebut dibakar dengan suhu yang tinggi agar mengeras dan bisa dimanfaatkan untuk menjadi atap rumah. Genteng yang terbuat dari olahan tanah liat ini sangatlah populer dan sudah digunakan sejak dahulu kala. Dalam sejarahnya, genteng ini pertama kali digunakan pada zaman Mesopotamia kuno dan menggantikan keberadaan dari genteng yang terbuat dari jerami.

Intan Genteng adalah salah satu distributor yang menjual macam-macam genteng, menyediakan kebutuhan atap beserta aksesoris lainnya seperti baja ringan dan plafon. Adapun jenis genteng yang tersedia di Intan Genteng yaitu: genteng tanah liat, genteng keramik, genteng beton, dan genteng metal atau spandek. Lokasi Intan Genteng berada di Jalan. Raya Ciapus no.81, Kota Batu, Ciomas (depan Pusdik Intel). Genteng keramik yang tersedia di Intan Genteng mempunyai merek antara lain : M-Class, KIA, dan Kanmuri. Keunggulan dari genteng keramik M-Class ini ketersediaan barang yang mudah didapatkan, harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitornya, mempunyai kesan genteng yang sangat mewah, dan penjualan yang selalu meningkat setiap tahunnya menjadikan fokus peneliti pada genteng tersebut, seperti data yang tertera di tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.1 Data Penjualan Genteng Keramik M-Class Tahun 2018-2021

Tahun	Target penjualan (Pcs)	Penjualan		Persentase Kenaikan Penjualan
		Volume (Pcs)	Nilai (Rp)	
2018	30.000	32.000	288.000.000	0 %
2019	30.000	55.000	495.000.000	42 %
2020	30.000	58.000	560.000.000	12 %
2021	30.000	45.000	475.000.000	-18 %

Sumber : Intan Genteng 2021

Tabel di atas memperlihatkan bahwa perkembangan penggunaan genteng M-Class mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya, dikarenakan pembangunan rumah-rumah semakin meningkat namun pada tahun 2021 saat pandemi Covid-19 sedikit mengalami penurunan penjualan. Penyebab lain penurunan penjual di tahun 2021 adanya

faktor internal yang terjadi di Intan Genteng sempat mengalami tutup toko selama kurang lebih 1 bulan pada pertengahan tahun 2021 yang menyebabkan terhambatnya penjualan genteng M-Class, namun diakhir tahun 2021 sampai 2022 ini penjualan genteng M-Class kembali meningkat setelah mengalami penurunan penjualan yang cukup rendah, konsumen lebih sering membeli genteng keramik merek M-Class ketimbang dengan dengan produk kompetitor yang harganya lebih rendah sekali pun itu, oleh karena itu pada 2022 toko Intan Genteng menyediakan stok barang lebih banyak genteng M-Class untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kembali penjualannya. Tingginya penjualan genteng M-Class di Intan Genteng pertahunnya ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah produk yang berkualitas, harga yang ditawarkan, promosi yang digunakan serta lokasi pasar yang menjangkau banyak para konsumen.

Pertama mengenai produk, Intan Genteng menjual genteng keramik M-Class dengan kualitas yang sudah terjamin mutu, kuat, tahan lama dan bersertifikat SNI, terbagi menjadi dua kualitas Kw1 dan Kw2 yang dibedakan untuk kualitas super masuk pada Kw1 sedang untuk yang memiliki kekurangan atau cacat sedikit pun masuk kedalam Kw2. Dengan menyediakan berbagai pilihan warna *glossy* dan *matt*, warna yang ditawarkan untuk *glossy* tersedia *natural, purple blue, green, mahogany, dark brown* dan *maroon*. Sedangkan warna untuk *matt* tersedia *yellow, copper, brown, orange, grey, silver black, walnut, black* dan *dark brown*. Intan Genteng juga menyediakan aksesoris pelengkapan untuk pemasangan genteng M-Class untuk berbagai tipe atap yang diinginkan konsumen. Intan Genteng menjual juga produk genteng keramik kompetitor yaitu KIA dan Kanmuri. Untuk KIA merupakan genteng keramik yang sudah lebih lama dari kedua merek tersebut namun penjualannya semakin berkurang karena kalah saing dengan M-Class dan Kanmuri. Untuk Kanmuri genteng ini mempunyai dua tipe Milenio dan Espanica, tipe Milenio memiliki bentuk yang sama persis dengan KIA sedangkan Espanica memiliki bentuk sama persis dengan M-Class, dengan dua kualitas Kw1 dan Kw2.

Kedua, harga yang ditawarkan genteng M-Class yang ada di Intan Genteng memang cukup bersaing dengan para distributor dan kompetitor genteng keramik lainnya. Dikarenakan ada perbedaan harga antara Kw1 dan Kw2 yang mempunyai selisih harga lebih terjangkau, baik itu untuk pembelian jumlah banyak maupun sedikit. Pemberian harga khusus untuk para pelanggan tetap dan agen. Dengan selisih antara Rp.1.000 perpcs

genteng merek M-Class dengan Kanmuri dan KIA, menjadikan genteng tersebut banyak diminati oleh konsumen. Adapun selisih harga tersebut seperti dalam tabel 1.2 dibawah ini.

Tabel 1.2 Harga Genteng Keramik Intan Genteng 2022

MEREK	HARGA (Rp per Pcs)	
	Kw1	Kw2
Kanmuri	10.200	9.500
M-Class	9.700	9.000
KIA	9.000	8.400

Sumber: Intan Genteng 2022

Dari tabel di atas merupakan harga untuk genteng keramik warna *natural*, untuk kanmuri dengan tipe Espanica dan Milenio memiliki harga sama seperti M-Class, karena setiap warna mempunyai harga yang berbeda-beda. Merek M-Class cukup murah dan terjangkau dibandingkan dengan merek Kanmuri, tetapi jika dibandingkan dengan merek KIA yang lebih murah namun tidak banyak konsumen yang tertarik dengan genteng merek KIA tersebut.

Ketiga, kegiatan promosi *offline* yang dilakukan oleh Intan Genteng seperti memberikan diskon, gratis ongkos kirim dengan ketentuan, memasang banner, menyebarkan brosur dan garansi kualitas sering dilakukan oleh Intan Genteng untuk menarik lebih banyak minat konsumen membeli genteng M-Class. Kegiatan promosi secara *online* belum menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, untuk saat ini hanya menggunakan *google maps* dan *google* bisnis sebagai media online. Rencananya Intan Genteng akan menggunakan media sosial untuk meningkatkan promosi penjualan genteng M-Class, dengan menggunakan media sosial diharapkan dapat menarik banyak perhatian konsumen dalam mengenal lebih jauh genteng M-Class dan membeli genteng tersebut di Intan Genteng.

Terakhir, lokasi yang dahulunya berada di Cikaret hanya sebatas tempat kecil dan proses pendistribusian barang yang kurang memadai, pada tahun 2019 akhirnya berpindah lokasi baru Intan Genteng yang lebih strategis memudahkan calon konsumen mengetahui lokasi toko, memiliki halaman yang luas, penataan barang yang membuat konsumen tertarik untuk berkunjung melihat. Dan penyediaan barang terutama genteng M-Class menjadi lebih banyak dari sebelumnya sehingga pendistribusian menjadi lebih cepat

didapatkan oleh konsumen. Akan tetapi lokasi yang saat ini lebih jauh dari pusat kota sehingga akses yang di lalui lebih jauh dari toko yang sebelumnya. Lebih jelasnya berlokasi di Jalan. Raya Ciapus no.81, Kota Batu, Ciomas (depan Pusdik Intel).

Guna mengetahui lebih jauh berbagai faktor yang turut mempengaruhi para konsumen dalam memilih membeli di Intan Genteng, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Genteng M-Class di Intan Genteng.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Persaingan produk genteng keramik M-Class dengan produk kompetitor pada konsumen Intan Genteng.
2. Persaingan harga jual kompetitif genteng M-Class di toko Intan Genteng.
3. Promosi online yang belum dilakukan toko Intan Genteng.
4. Lokasi toko Intan Genteng yang jauh dari pusat kota.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk mencengah mengembangkannya permasalahan yang akan lebih luas maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas hanya pada variabel produk, harga, promosi, lokasi dan keputusan pembelian konsumen genteng M-Class di Intan Genteng.

1.4 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian genteng M-Class di Intan Genteng ?
2. Apakah secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian genteng M-Class di Intan Genteng ?
3. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian genteng M-Class di Intan Genteng ?

4. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian genteng M-Class di Intan Genteng ?
5. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian genteng M-Class di Intan Genteng ?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian genteng M-Class di Intan Genteng.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian genteng M-Class di Intan Genteng.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian genteng M-Class di Intan Genteng.
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian genteng M-Class di Intan Genteng.
5. Untuk mengetahui apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian genteng M-Class di Intan Genteng.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti
Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.
2. Bagi perusahaan
Membantu mengevaluasi dan sebagai dasar acuan atau pertimbangan di dalam menentukan strategi pemasaran yang dapat memenuhi selera dan keinginan konsumen.
3. Bagi pihak lain
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang lain.

1.7 Sistematika penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literature yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.