

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Industri kerajinan adalah industri yang bergerak dalam bidang seni yang mengutamakan keindahan, kerapian nilai seni yang memiliki fungsi pakai dan fungsi hias. Salah satu produk kerajinan yang saat ini banyak diminati oleh konsumen yaitu produk gazebo. Gazebo merupakan suatu produk karya seni bangunan kecil yang pada umumnya terdiri dari atap, tiang penyangga dan lantai dengan ruang-ruang terbuka, yang biasanya digunakan sebagai tempat kegiatan santai dan berkumpul bersama keluarga atau kerabat terdekat. Gazebo sangat cocok diletakkan di tempat-tempat terbuka yang memiliki pemandangan indah dan sejuk. Pada saat ini ada beberapa pengrajin mebel bambu di Probolinggo yang tersebar di beberapa kecamatan seperti Pajajaran, Krejengan, dan Sumberasih.

Peminat akan produk gazebo banyak berasal dari konsumen kelas menengah keatas diantaranya yaitu pengusaha tempat wisata, pemilik restoran, cafe hingga perseorangan. Dengan banyaknya minat konsumen terhadap produk gazebo dapat menyebabkan persaingan antar kompetitor semakin ketat. Untuk dapat mempertahankan dan memenangkan keunggulan bersaing dalam penjualan produknya, perusahaan harus menerapkan sistem promosi yang dapat membuat konsumen tertarik dengan produk tersebut. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, diantaranya yaitu desain produk dan harga.

Pada saat membuat dan mengembangkan konsep desain produk, semua faktor harus diperhatikan seperti perkembangan zaman atau trend saat ini supaya terlihat menarik di mata konsumen. Dengan desain produk, perusahaan akan menyediakan berbagai pilihan untuk produk yang disediakan kepada konsumen dan model produk beragam mulai dari bentuk, warna dan ukuran. Meskipun banyak produk yang serupa, perusahaan harus memiliki produk yang lebih unik, kreatif dan inovatif daripada kompetitor lainnya, agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Selain desain produk, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Menurut Buchori Alma dalam Indrasari (2019: 39) “Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa”. Saat ini banyak pelaku usaha kecil menengah yang memproduksi gazebo dengan desain yang cukup bagus, kreatif dan menarik dengan harga yang bersaing, mulai dari harga yang murah hingga harga yang termahal. Setiap konsumen pada umumnya akan memilih produk yang harganya sebanding dengan manfaat yang diberikan. Maka dari itu, pelaku usaha harus menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan bentuk produk yang dijual. Semakin bagus manfaat dan tampilan produk yang disediakan maka harga jualnya layak untuk ditingkatkan.

Untuk dapat mempermudah konsumen dalam mengetahui informasi, manfaat dan berbagai macam desain produk serta harga yang disediakan maka diperlukan adanya promosi. Menurut Abubakar (2018: 50) menjelaskan bahwa

“Promosi adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna memberikan informasi dan memperkenalkan produk kepada konsumen melalui beberapa media sesering mungkin untuk membangun kedekatan produk dengan para pedagang dan konsumen dengan harapan agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan”. Promosi bukan merupakan sarana tunggal, melainkan terdiri dari beberapa bauran promosi, diantaranya periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Pelaku usaha harus memikirkan bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan menguntungkan dengan konsumen secara intensif untuk menawarkan produk.

Dengan adanya keseimbangan antara tampilan atau desain produk, harga yang ditetapkan dan informasi yang disampaikan melalui promosi maka dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Menurut Indrasari (2019: 70) “Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual”

CV. Claster Bambu Manis merupakan usaha kecil menengah yang bergerak dalam bidang kerajinan bambu di kabupaten Probolinggo. Salah satu produk yang disediakan yaitu produk gazebo dengan berbagai macam bentuk desain, ukuran dan harga yang berbeda dari masing-masing desain yang ada. CV. Claster Bambu Manis memproduksi beberapa model gazebo diantaranya adalah gazebo minimalis, gazebo bertangga, gazebo terbuka, gazebo tertutup, gazebo anyaman bintang, gazebo persegi ukuran  $2 \times 2$  meter, gazebo persegi

panjang ukuran  $2 \times 4$  meter dan juga melayani desain produk gazebo yang sesuai dengan *request* atau permintaan konsumen. Bahan baku yang digunakan merupakan produk lokal yang didatangkan dari daerah Sukapura dan Tiris. Ada dua jenis bambu yang digunakan untuk memproduksi gazebo yakni bambu betung dan bambu jajang. Bambu betung merupakan bambu yang berbentuk lurus dan tebal, sehingga ketahanannya sangat kuat untuk dijadikan tiang gazebo. Sedangkan bambu jajang ialah bambu yang tingkat ketebalannya jauh lebih kecil daripada bambu betung sehingga cocok digunakan sebagai kerangka pelengkap dan anyaman gazebo. Produk gazebo dijadikan fokus penelitian karena selain memiliki beragam variasi bentuk atau model, harga yang ditawarkan juga sebanding dengan manfaat yang diterima oleh konsumen dan gazebo juga banyak digunakan sebagai perkembangan usaha-usaha para pemilik cafe dan wisata.

Saat ini peminat produk gazebo berasal dari kalangan kelas menengah keatas, seperti pemilik restoran dan wisata bahkan perorangan yang membutuhkan dan menyukai seni untuk membeli produk gazebo. Semakin bagus dan tinggi tingkat kesulitan desain produk yang diinginkan oleh konsumen maka akan semakin mahal harga yang ditetapkan. Dalam mempermudah konsumen untuk mendapatkan informasi terkait produk yang ditawarkan, pemilik usaha CV. Claster Bambu Manis melakukan promosi dengan berbagai cara diantaranya yaitu promosi melalui berbagai media dan promosi langsung kepada calon konsumen yang berkunjung ke lokasi dan

promosi melalui katalog yang sudah tersedia untuk menunjukkan berbagai desain produk yang ada.

Dengan adanya situasi tersebut maka permasalahan ini layak diteliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh desain produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian gazebo. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengajukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Desain Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Gazebo Pada CV. Claster Bambu Manis Kabupaten Probolinggo”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

1. Adakah pengaruh variabel desain produk, harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian gazebo di CV. Claster Bambu Manis Kabupaten probolinggo?
2. Adakah pengaruh variabel desain produk, harga dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian gazebo di CV. Claster Bambu Manis Kabupaten probolinggo?
3. Adakah pengaruh dominan variabel promosi terhadap keputusan pembelian gazebo di CV. Claster Bambu Manis Kabupaten probolinggo?

## **1.3 Batasan Masalah**

Supaya permasalahan tidak meluas maka dalam penelitian ini peneliti membuat batasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya meneliti pengaruh desain produk, harga dan promosi terhadap

keputusan pembelian fokus produk gazebo di CV. Claster Bambu Manis Kabupaten probolinggo.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh desain produk, harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian gazebo di CV. Claster Bambu Manis Kabupaten Probolinggo.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk, harga dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian gazebo di CV. Claster Bambu Manis Kabupaten Probolinggo.
3. Untuk mengetahui pengaruh dominan variabel promosi terhadap keputusan pembelian gazebo di CV. Claster Bambu Manis Kabupaten Probolinggo.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Praktisi

Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak perusahaan yang bersangkutan dalam membuat desain produk, penentuan harga dan proses promosi yang diterapkan untuk mengembangkan produk dan meningkatkan penjualan di setiap periode.

## 2. Secara Akademisi

### a. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis, dan tambahan pengetahuan bagi pihak lain yang membutuhkan hasil penelitian ini.

### b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan supaya peneliti bisa menerapkan teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan dan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan tambahan dalam meningkatkan pengetahuan terkait konsep desain produk, penetapan harga dan cara mempromosikan suatu produk di perusahaan.

## 1.5 Asumsi

Menurut Sugiyono (2015: 54) menyatakan bahwa “Asumsi merupakan pernyataan diterima kebenarannya tanpa pembuktian”. Supaya dalam pembahasan lebih mengarah kepada permasalahan yang ada, maka peneliti memberikan asumsi yang dapat dilakukan untuk tercapainya hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Desain produk gazebo pada CV. Claster Bambu Manis Kabupaten Probolinggo bagus dan menarik dari segi tampilan, bentuk dan ukuran.
2. Harga produk gazebo yang telah ditetapkan pada CV. Claster Bambu Manis Kabupaten Probolinggo relatif terjangkau dan bersaing sesuai dengan kualitas bahan baku, ukuran dan tingkat kesulitan desain.

3. Promosi yang dilakukan pada CV. Claster Bambu Manis Kabupaten Probolinggo melalui sosial media Whats App, facebook dan promosi langsung kepada konsumen.
4. Setiap konsumen mempunyai alasan yang berbeda-beda karena kebutuhan, pendapatan, keinginan dan hobi atau kesukaan dalam mengambil keputusan pembelian gazebo pada CV. Claster Bambu Manis Kabupaten Probolinggo.