

Bab I

Pendahuluan

I. Latar belakang

Perkembangan toko mebel di Indonesia, kini telah menjadi andalan pemerintah karena produk-produk mebel di Indonesia semakin diakui di dunia. Para pengusaha furniture lokal merasa tertantang dengan rencana peritel raksasa *furniture* asal Swedia, IKEA, masuk ke Indonesia dua tahun lagi. Kehadiran IKEA ini akan menambah sengit peta persaingan pasar furnitur di Tanah Air. Di Indonesia sendiri, permintaan terhadap produk kerajinan dan mebel buatan pengrajin Indonesia meningkat pesat. Kondisi ini tidak terlepas dari peningkatan kualitas dan sosialisasi para pengrajin di pameran regional dan internasional. Produk *furniture* Indonesia memiliki daya tarik sendiri dengan sentuhan seni dan budaya yang berpadu pada kualitas internasional. Tentunya perkembangan ini sangat baik untuk kondisi industri mebel di Indonesia. Oleh karena itu, industri mebel tanah air harus selalu siap bersaing dan waspada terhadap serangan pesaing dari negara lain, agar industri ini tetap berada di level terbaiknya.

Industri mebel dan kerajinan Indonesia memiliki pasar sendiri diluar negeri. Meski begitu, para pebisnis industri ini akan meningkatkan penetrasi pasar ke luar negeri khususnya ke Eropa, Amerika Serikat, Timur Tengah, Cina, dan Afrika."Kami ingin masuk dalam lima besar dunia pada 10 tahun ke depan dengan nilai pendapatan Rp 100 triliun per tahun," kata Sekertaris Jendral Asosiasi Mebel dan Kerajinan Indonesia. Untuk bisa meraih pasar tersebut , katanya, perlu diubah paradigma yakni harus lebih banyak menjual barang jado karena memiliki nilai jual

lebih tinggi. Perubahan paradigma ini juga sebagai upaya untuk menjaga ketersediaan bahan baku yang merupakan potensi besar bagi Indonesia. Dewasa ini telah banyak bermunculan toko mebel, yang menawarkan berbagai jenis produk mebel yang diinginkan oleh konsumen. Kebutuhan perlengkapan rumah tangga menjadi penting. Hal ini dikarenakan memiliki celah yang di garap menjadi peluang bisnis yang menguntungkan. Peluang bisnis tersebut dengan mendirikan Toko Mebel pada tempat yang strategis dengan harga yang bisa bersaing.

Kota Karawang merupakan kota yang memiliki upah minimum kerja yang cukup besar dibandingkan dengan kota-kota lainnya. Selain itu, Kota Karawang juga terletak di antara kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta, ataupun Bogor. Hal ini dikarenakan di Kota Karawang banyak investor asing yang mendirikan pabrik. Sebagian besar masyarakat Karawang bekerja sebagai pegawai pabrik. Hal ini menyebabkan banyaknya pembangunan perumahan-perumahan yang digunakan untuk pegawai pabrik tersebut. Maka dari itu, Karawang merupakan kota yang tepat untuk mengembangkan usaha mebel. Di Kota Karawang sudah banyak orang yang membuka usaha Toko Mebel sehingga menimbulkan terjadinya peningkatan persaingan. Hal ini dapat terlihat dari bermunculannya toko-toko mebel yang terletak di daerah. Oleh karena itu dalam menghadapi persaingan ini, produsen harus berpikir kreatif dalam rangka meningkatkan penjualan produk, mempertahankan, dan kemudian dapat meningkatkan keuntungan. Setiap toko mebel juga perlu memperhatikan aktivitas atau kinerja dari pesaing-pesaing mereka, terutama yang bergerak pada industri yang sama. Keadaan ini menuntut para usahawan untuk memikirkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan usaha yang dikelolanya agar usahanya tersebut bisa bertahan. Selain itu faktor-

faktor yang mempengaruhi minat beli merupakan hal yang penting karena orang dapat membandingkan toko satu dengan toko yang lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli diantaranya yaitu merek, kualitas, kemasakan, harga, ketersediaan.

Brand atau merek adalah janji penjualan untuk menyampaikan kumpulan sifat, manfaat, dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli (Kotler, Armstrong, 1997).

Pengertian kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing, engineering, manufacture dan maintenance*, dimana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan ketuhanan dan harapan pelanggan (Feigenbaum).

Pengertian kemasakan adalah suatu bentuk kegiatan yang melibatkan desain serta produk, sehingga kemasakan ini dapat berfungsi agar produk didalamnya dapat terlindungi. (Kotler dan Armstrong, 2012).

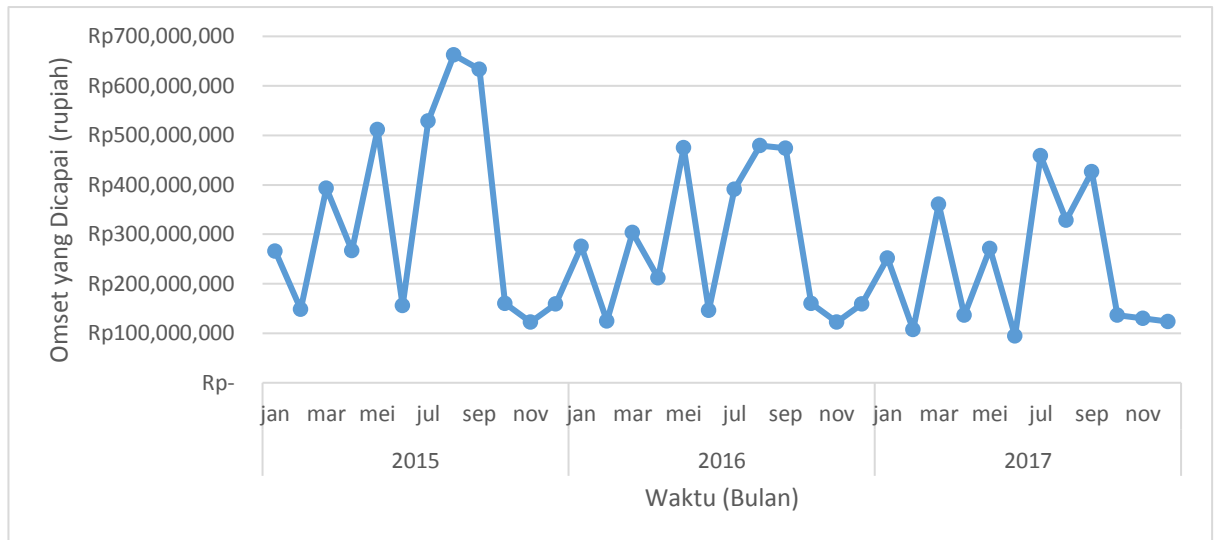
Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa (Philip Kotler, 2008).

Persediaan barang ialah sebagai suatu aktiva yang meliputi barang-barang yang merupakan milik perusahaan dengan sebuah maksud supaya dijual suatu periode usaha normal ataupun persediaan barang-barang yang masih dalam pekerjaan sebuah proses produksi maupun persediaan bahan baku yang juga menunggu penggunaannya di dalam suatu proses produksi. (Sofyan Assuari dalam buku Marhot dan Dearlina Sinaga, 2005).

Toko Mebel “Suka Jadi” adalah salah satu toko mebel yang berlokasi di Kota Karawang yang berdiri sejak tahun 1994. Toko mebel ini sudah menjadi toko mebel yang cukup terkenal di Karawang dan sekitarnya. Produk yang ditawarkan adalah peralatan rumah tangga seperti kursi makan, *springbed*, sofa, dan *kitchenset*. Perkembangan di kota Karawang, membuat banyak bermunculan Toko Mebel yang mengakibatkan timbulnya persaingan yang ketat antara toko mebel tersebut. Akibatnya Toko Mebel “Suka Jadi” harus bersaing secara kompetitif, selain bersaing dengan pesaing lama, juga harus bersaing dengan pesaing yang baru. Pesaing lama dari Toko Mebel “Suka Jadi” adalah Toko Mebel “Sakinah”, merupakan toko mebel yang pertama dan sangat besar, sedangkan pesaing baru Toko Mebel “Suka Jadi” adalah Toko Mebel “33”. Kedua pesaing tersebut berada disekitar lokasi Toko Mebel “Suka Jadi”. Selain dari kedua Toko Mebel tersebut, masih banyak lagi Toko Mebel yang bersaing dengan Toko Mebel “Suka Jadi”.

Usaha yang dilakukan oleh Toko Mebel “Suka Jadi” merupakan gabungan dari penawaran produk dan jasa, yang mana barang dan jasa ditawarkan secara proporsional. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli Toko Mebel “Suka Jadi” seperti merek, kualitas, kemasakan, harga dan ketersediaan atau persediaan. Salah satu indikator yang mempengaruhi minat beli adalah data konsumen ke Toko Mebel “Suka Jadi”. Apabila semakin banyak konsumen yang berkunjung, maka semakin banyak penjualan dilakukan oleh Toko Mebel “Suka Jadi” tersebut. Toko “Suka Jadi” memiliki data omset untuk mengetahui keuntungan setiap bulannya. Omset merupakan pendapatan dari sebuah toko yang berisi harga pokok, biaya lain-lain, serta sisanya merupakan keuntungan dari toko tersebut. Omset yang dicapai

“Suka Jadi” memiliki penurunan dari tahun 2015 sampai tahun 2017. Data omset setiap bulannya pertahun dapat dilihat sebagai berikut:



Sumber: Data Toko Mebel Suka Jadi

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan pada latar belakang masalah yang telah diungkapkan, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen?
2. Seberapa besar faktor-faktor berpengaruh terhadap minat beli konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen
2. Untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dapat dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, diharapkan dapat mengembangkan ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli Toko Mebel “Suka Jadi”
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi Toko Mabel “Suka Jadi” di Kota Karawang yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli Toko Mebel “Suka Jadi”.

