



## **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. LATAR BELAKANG MASALAH**

Dari waktu ke waktu dunia terus mengalami perubahan, ada yang mengalami kemajuan dan ada pula yang mengalami kemunduran. Demikian pula halnya dengan bangsa Indonesia yang saat ini sedang membangun, tentu mesti ada perubahan yang disertai dengan sedikit hambatan, karena di satu sisi perubahan bisa membawa kebaikan, tetapi di sisi yang lain bisa juga menimbulkan dampak yang kurang baik.

Saat ini meskipun berada dalam situasi yang serba tidak menentu, pembangunan tetap harus dijalankan karena menyangkut kepentingan orang banyak beserta segala segi kehidupannya. Pembangunan merupakan suatu perubahan dan hal yang sudah semestinya terjadi dalam suatu bangsa. Jadi perubahan bisa diartikan sebagai suatu usaha untuk mewujudkan keadaan yang lebih baik dari masa sekarang, baik secara materiil maupun spirituil.

Bagi bangsa Indonesia yang sedang membangun, merupakan hal yang sangat penting bagi kita semua khususnya pemerintah, untuk tetap memperhatikan aspek-aspek kehidupan bangsa, dan salah satu diantaranya adalah aspek ekonomi, yaitu dengan cara menumbuhkan atau semakin menggiatkan keterlibatan masyarakat dalam dunia usaha. Dengan kerja sama dan peran serta yang baik dari masyarakat, diharapkan kita semua bisa membawa bangsa Indonesia menuju ke masa depan yang lebih cerah.

Usaha pemerintah untuk semakin menggiatkan keterlibatan masyarakat dalam dunia usaha pada dasarnya merupakan suatu hal yang baik. Namun bagi kalangan dunia usaha, hal semacam ini justru semakin memicu persaingan karena Badan Usaha yang

muncul semakin banyak. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan para pimpinan perusahaan terpaksa harus bekerja ekstra keras untuk menemukan jalan keluar dari permasalahan yang sedang dihadapi, agar dapat memenangkan persaingan. Di samping itu dampak lain yang terjadi pada masyarakat

Perilaku masyarakat yang dalam hal ini adalah sebagai konsumen, mencerminkan bagaimana seseorang memilih suatu produk atau jasa tertentu, dan proses-proses yang harus dilalui untuk sampai pada keputusan untuk membeli produk atau jasa tersebut. Dengan mengidentifikasi perilaku konsumen, maka perusahaan dapat mengetahui mengapa konsumen lebih menyukai atau tidak menyukai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, beserta peluang dan ancaman yang menyertainya. Sebelum memproduksi dan melepas produk atau jasa, perusahaan sudah terlebih dahulu harus mengadakan penelitian konsumen, untuk menjamin bahwa produk atau jasa yang dihasilkan tersebut benar-benar sesuai dengan selera konsumen.

Dengan tingkat persaingan yang semakin tajam di pasar saat ini, membuat konsumen menjadi lebih selektif dan lebih leluasa di dalam memilih dan menentukan produk atau jasa dari perusahaan mana yang akan dibeli atau dikonsumsi. Jadi perusahaan harus benar-benar jeli di dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan suatu pernyataan dalam dunia ekonomi bahwa “Pembeli adalah raja”. Peneliti merasakan istilah ini sangat tepat karena konsumen selalu mempunyai keinginan untuk senantiasa dimanja. Jadi kalau kebutuhan dan keinginannya terhadap produk atau jasa tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan, maka konsumen akan meninggalkan produk atau jasa perusahaan tersebut dan beralih pada produk atau jasa dari perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu tanggap pada perubahan yang terjadi di pasar melalui penelitian konsumen.

Penelitian terhadap konsumen tidak akan terlepas dari faktor-faktor internal dan eksternal yang menyertainya, oleh karena itu dalam melakukan penelitian terhadap konsumen perusahaan tidak boleh melupakan faktor internal dan eksternal tersebut. Konsumen di dalam mengambil keputusan pembelian sangat tergantung pada faktor-faktor tersebut. Sehingga penelitian konsumen perlu dilakukan dengan terlebih dahulu mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian tersebut.

Perusahaan Makmur Jaya merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan ringan berupa kerupuk dalam berbagai jenis, rasa, dan ukuran yang berbeda. Di Sidoarjo, ada beberapa perusahaan yang juga menghasilkan produk serupa, yaitu PT Sekar Laut, PT Finna, PT Agung. Peluang untuk mendapatkan keuntungan dari usaha ini terbukti sangat besar, terbukti banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang serupa, dan dengan sendirinya persaingan antar perusahaan pun akan semakin ketat pula.

Dalam situasi pasar yang semakin kompetitif, perusahaan harus mampu merebut perhatian konsumen dengan memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui pemahaman pola perilaku konsumen, sehingga dapat dikembangkan suatu strategi pemasaran yang efektif. Melihat kenyataan persaingan yang semakin ketat, menyebabkan usaha untuk meningkatkan penjualan mengalami sedikit kendala, maka peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian kerupuk yang dihasilkan oleh perusahaan kerupuk Makmur Jaya Sidoarjo.

## 1.2. PERUMUSAN MASALAH

Dengan mengadakan penelitian terhadap perilaku konsumen, maka perusahaan akan memperoleh gambaran bagaimana seseorang memilih dan membeli suatu produk atau jasa, mengapa konsumen memilih dan membeli produk atau jasa tersebut, dan berbagai gambaran lainnya.

Sehingga dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut: “Adakah hubungan faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli kerupuk pada perusahaan kerupuk Makmur Jaya di Sidoarjo?”

## 1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka tujuan penelitian dapat ditulis sebagai berikut:

Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian kerupuk pada perusahaan kerupuk Makmur Jaya Sidorarjo.

## 1.4. MANFAAT PENELITIAN

Dengan mengadakan penelitian ini, peneliti mengharapkan bisa memberikan masukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan antara lain:

### A. Bagi Perusahaan

Berguna bagi pemimpin perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat, khususnya yang berhubungan dengan perilaku konsumen, guna mencapai target penjualan yang diinginkan.

## B. Bagi Penulis

Mempraktekkan pengetahuan teoritis yang sudah peneliti dapatkan selama ini, dan juga perbandingan antara teori dan praktek.

## C. Bagi Pembaca

Menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi pembaca yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut.

## 1.5. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

### BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menghantar kita untuk sampai pada permasalahan yang sesungguhnya, yang nantinya akan dibahas dalam bab-bab selanjutnya. Bab pendahuluan mencakup: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Skripsi.

### BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai penelitian pendahuluan dan teori-teori yang melandasi penulisan skripsi, antara lain: Pengertian pemasaran, Pengertian manajemen pemasaran, Konsep pemasaran, Pengertian perilaku konsumen, Pentingnya mempelajari perilaku konsumen, Gaya hidup konsumen, Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, Pengambilan keputusan konsumen, Tahap-tahap proses pengambilan keputusan konsumen, serta Hipotesis dan Model analisis.

### BAB 3 METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai Identifikasi variabel, Definisi operasional, Jenis dan sumber data, Prosedur penentuan sampel, Prosedur pengumpulan data dan teknik analisis.

## BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai Gambaran umum perusahaan, yang terdiri dari: Sejarah Berdirinya Perusahaan, Lokasi Perusahaan, Struktur Organisasi, Tujuan Perusahaan, Kegiatan dan Proses Produksi, , Deskripsi Data, Analisis Data, dan Pembahasan.

## BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup dari skripsi yang berisi: Simpulan dari uraian-uraian bab sebelumnya dan Saran yang mungkin akan berguna bagi perusahaan.

