

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 saat ini memberikan dampak terhadap berbagai sektor, khususnya pada tataran ekonomi global, pandemi Covid-19 memberikan dampak yang sangat signifikan pada laju perekonomian bangsa dan keberadaan UMKM (Pakpahan, 2020). Sekitar 37000 UKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan sekitar 56% melaporkan terjadi penurunan penjualan, 22% melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15% melaporkan pada masalah distribusi barang, dan 4% melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Proses penurunan perekonomian yang berantai ini bukan hanya akan menimbulkan guncangan ekonomi, melainkan merusak kelancaran mekanisme pasar antara permintaan dan penawaran, maka masyarakat ekonomi golongan menengah kebawah khususnya mikro dan pekerja informal berpendapatan harian akan menjadi kelompok yang paling rentan terkena dampaknya (Kementerian Keuangan, 2020).

Pesatnya perkembangan dunia usaha serta semakin kompleksnya sistem perekonomian ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami tantangan dalam menjual produknya di pasar. Munculnya persaingan-persaingan diantara produsen dalam memasarkan produk mereka ke pasaran merupakan persoalan yang mutlak dan merupakan tantangan yang tidak dapat dihindarkan oleh pimpinan perusahaan. Dengan banyaknya perusahaan yang memproduksi barang dan jasa mau tidak mau akan melahirkan kondisi yakni persaingan yang ketat dalam pemasaran produk tersebut, dan tentu yang dapat unggul dalam persaingan ini akan ditentukan oleh sistem dan strategi pemasarannya yang paling efektif dan efisien (Irawan, 2019).

Pemilihan strategi pemasaran yang cocok kemungkinan besar akan membantu seorang pengusaha menghadapi persaingan dipasar dan

memenuhi target dalam usahanya. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk (Tjiptono, 2008).

Bisa dikatakan bahwa penerapan strategi pemasaran yang tepat pada suatu bisnis atau usaha adalah salah satu kunci utama agar usaha atau bisnis yang dijalankan tetap eksis dan terus berkembang sehingga mampu bersaing dipasaran. Tingginya tingkat persaingan di pasaran diakibatkan karena banyaknya usaha sejenis yang menjual produk yang serupa. Sehingga membuat para konsumen dapat memilih dan menentukan produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Laku tidaknya suatu produk dipasaran sangat tergantung pada perusahaan dalam menetapkan harga produknya. Dalam menetapkan harga suatu barang ataupun jasa tidak dengan asal-asalan saja, melainkan harus disesuaikan dengan produk yang dihasilkan, serta bagaimana manfaat dan kegunaan produk tersebut (Harahap, 2015).

Program pemasaran yang diterapkan bisa meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga yang mana harga ini berperan penting dalam menentukan harga jual pasar dan profitabilitas. Mengadakan promosi yang mampu mempengaruhi minat konsumen pada suatu produk, biasanya konsumen akan cari cara suatu perusahaan mempromosikan barang yang mereka jual. Menawarkan produk yang banyak diminati oleh konsumen, entah itu dengan menciptakan suatu produk yang berkualitas, variasi serta bentuk produk yang bagus dan unik, dan selalu memperkaya ide untuk inovasi produknya (Wibowo, 2015).

Industri meubel sendiri merupakan industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi seperti kayu, rotan, dan bahan alami lainnya menjadi produk barang jadi yang bisa disebut dengan meubel yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Pada era sekarang, meubel kayu telah menjadi kebutuhan wajib yang diperlukan untuk memberikan desain interior yang memberikan kesan lebih menarik

bagi rumah serta dapat memberikan kenyamanan sehingga dapat menunjang berbagai aktivitas (Zamroni, 2017).

Dalam industri meubel harga suatu produk sulit ditetapkan, karena dalam proses produksi harus memilih dan mengolah bahan mentah produk dan menyesuaikan dengan permintaan pasar. Sehingga keputusan dalam penetapan harga bisa menggunakan cara pandang atau orientasi pada konsumen. Saat konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen mengeluarkan biaya untuk merasakan manfaat dari produk yang dibelinya, kemudian memberikan penilaian melalui membandingkannya dengan produk sejenis yang dijual di tempat lain. Penilaian dari konsumen inilah yang nantinya akan mempengaruhi tingkat persaingan produknya dengan para pesaing di pasar dan akan mempengaruhi tingkat pendapatan usaha (Sasnita, 2019).

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), Ada beberapa aspek yang dapat mencirikan harga dalam menetapkan harga suatu produk yaitu, keterjangkauan harga yang bisa dilihat dari kemampuan konsumen dalam membeli yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Konsumen yang cerdas akan memilih suatu produk dengan melihat kesesuaian antara harga dengan kualitasnya dan cenderung akan membandingkan harga dari tempat satu dengan tempat lainnya. Sebelum benar-benar membeli produk konsumen akan melihat, mencermati serta menimbang apakah harga yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan manfaat yang diberikan.

Salah satu yang terjadi sekarang pada pola pikir konsumen untuk membeli suatu produk adalah mengutamakan harga, dengan harga yang murah dapat meningkatkan pembelian dimasa pandemi. Harga pada suatu perusahaan sangat mempengaruhi minat beli konsumen. Pengusaha perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat pada konsumen untuk tidak membeli atau menggunakan jasa tersebut, penetapan harga jual yang tepat tidak selalu menganggap bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin. Karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah produk yang ditawarkan. Harga berperan sebagai salah satu penentu dalam

pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum, keputusan penetapan harga jual harus berorientasi pada konsumen (Greenberg, 2010).

Tetapi, pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha meubel akhir-akhir ini. Industri meubel yang pada mulanya memiliki pangsa pasar yang besar, serta daerah pemasaran yang luas, kini dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif serta tanggap mengantisipasi pasar yang akan mereka masuki baik pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Dari sisi pasar, semakin banyaknya konsumen/pelanggan yang berasal dari luar kota, maka pelayanan tidak bisa secara langsung, melainkan melalui komunikasi jarak jauh.

Dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup industri meubel, salah satu persoalan yang cukup penting adalah aspek penjualan, yaitu bagaimana supaya produk meubel dapat terjual dengan cepat dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Setiap industri akan menganut sistem penjualan yang berbeda-beda tergantung dari kebutuhan dan besar kecilnya perusahaan tersebut.

Menjual adalah suatu seni untuk meyakinkan, mempengaruhi, atau menggerakkan orang lain agar berpikir dan melakukan sesuatu yang dilakukan oleh penjual. Seorang penjual memahami arti pengembangan pribadi, kerja sama, dan meningkatkan konsumsi. Keberhasilan lebih ditentukan oleh nilai kepribadian daripada kecakapan. Proses menjual dimulai dengan menarik perhatian dan membangkitkan keinginan untuk membeli kemudian diakhiri dengan penjualan produk.

Promosi penjualan sangat berpengaruh terhadap usaha suatu industri untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan efektif (Safiun Hasan, 2019).

Pertumbuhan perekonomian saat ini tidak terlepas dari pesatnya pertumbuhan bisnis, baik disektor kecil, menengah dan besar. Hal ini tidak

terlepas dari peranan teknologi yang terus berkembang di Indonesia. Perkembangan teknologi menghasilkan sebuah gagasan inovasi yang pada akhirnya dapat mendorong perkembangan didalam dunia bisnis.

Bersamaan dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi di kabupaten Cirebon yang sebagian besar masyarakatnya berbisnis meubel, maka dunia usahapun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai industri meubel yang berusaha menciptakan produk-produk terbaik guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan pesat dalam dunia usaha meubel juga memberikan gambaran tentang kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat, kesejahteraan yang meningkat ini akan meningkatkan pula daya beli masyarakat dan konsumen.

Teknologi juga mempunyai pengaruh yang penting dalam upaya menciptakan keunggulan dalam persaingan antar perusahaan. Dalam rangka memenuhi permintaan meubel yang semakin melonjak, maka perlu melakukan pengembangan perkebunan sebagai persiapan bahan baku dari industri meubel. Usaha ini tidaklah sulit dilakukan pada perkebunan besar yang memiliki tenaga ahli dan modal. Perkebunan rakyat yang memiliki area sempit dan tersebar, permodalan yang kecil dan tingkat pengetahuan rendah tidak mampu melakukan perbaikan budidaya tanaman pohon jati atau pohon lainnya yang menjadi bahan baku daripada industri meubel. Kesenjangan ekonomi rumah tangga pekebun, kesenjangan informasi pasar dan teknologi budidaya, kesenjangan material, serta prasarana transportasi yang kurang memadai merupakan permasalahan dasar bagi pengembangan perkebunan sebagai bahan baku industri meubel. Perkembangan industri meubel tidak bisa lepas dari keadaan sosial ekonomi petani perkebunan bahan baku meubel yang masih kurang memadai dilihat dari segi pendapatan, pengeluaran dan distribusi yang berakibat pemeliharaan tanaman kurang intensif sehingga produktifitas rendah (Wulandy, 2011).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ika Neni Kristanti, salah satu persoalan rumit yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah

menetapkan harga jual produk perusahaan. Harga jual produk perusahaan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan. Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat konsumen tidak membeli atau mengurangi jumlah produk perusahaan sehingga perusahaan tidak akan memperoleh pendapatan dan laba yang cukup. Sebaliknya harga jual yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang direncanakan. Karena itu, menetapkan harga jual produk perusahaan pada harga yang tepat sangat penting bagi perusahaan agar tujuan perusahaan secara umum dapat tercapai.

Penentuan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi, karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan sebagai perencanaan laba perusahaan.

Secara teoritik kebijaksanaan yang ditempuh oleh setiap wiraniaga untuk menjual hasil produksinya adalah promosi secara tradisional. Industri meubel yang masih menganut sistem penjualan secara tradisional, umumnya perusahaan-perusahaan tersebut adalah perusahaan lama atau senior yang masih mempertahankan penjualan dengan cara promosi dari mulut ke mulut secara langsung sehingga pelanggan satu akan menarik pelanggan lainnya, dan pembeli akan datang langsung ke toko untuk melihat produknya secara langsung, sehingga terjadi keterbukaan antara penjual dan pembeli, yang berarti pembeli dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan produk yang akan dibeli. Jika terjadi transaksi jual beli, maka terjadi jual beli yang obyektif.

Dari semua hal yang diharapkan promosi penjualan, perlu pula dipertimbangkan apakah biaya yang dikeluarkan dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan penjualan dan sampai sejauh

mana promosi penjualan itu dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan (Safiun Hasan, 2019).

Industri meubel yang ada di kabupaten Cirebon yang bergerak dalam pembuatan produk meubel berusaha untuk mempertahankan pangsa pasarnya sehingga produk yang dipasarkannya dapat terus dipertahankan bahkan ditingkatkan.

Pada penelitian ini, akan difokuskan pada industri meubel H.Aziz. Adapun produk-produk yang dihasilkan oleh istana meubel H.Aziz diantaranya adalah kursi, meja, almari, bufet, dan lain sebagainya. Industri tersebut membuat persaingan yang ketat antar industri meubel lain untuk memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya. Istana Meubel H.Aziz ini memiliki 6 cabang di antara nya 4 cabang di Pabuaran, 1 cabang di Ciledug, dan 1 cabang lagi di Gebang. Industri meubel tersebut merupakan industri meubel yang sudah lama berdiri, dimana Istana Meubel H.Aziz berdiri pada tahun 1985 di desa Pabuaran Kidul, Jl. Raya Pabuaran Kidul No.02, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Cirebon, dimana produk meubel yang diproduksi di Istana Meubel H.Aziz yaitu berupa furniture yang mana bahan baku menggunakan kayu jati, kayu mahoni, dan kayu wuling. ukiran furniture meubel dengan motif ukir kayu yang indah dan menarik dapat menambah nilai bagi furniture meubel tersebut yang dibedakan melalui motifnya. Teknik produksi yang dilakukan masih secara manual dengan mengandalkan buatan tangan (*Handmade*), sehingga nilai artistiknya tinggi.

Dalam penelitian ini penulis mengambil penelitian pada Istana Meubel H.Aziz di Desa Pabuaran Kidul yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan/ pembuatan perabotan rumah tangga dari bahan kayu jati, kayu wuling, dan kayu mahoni di mana meubel tersebut mengelolah sendiri kayu jati, wuling dan mahoni sehingga menghasilkan perabotan rumah tangga seperti lemari, kursi, meja, bufet dan lain-lain. Makin banyak persaingan pembisnis yang handal dan berbagai macam cara untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik, salah satunya dengan cara melayani konsumen dengan baik dan sopan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Teknologi Terhadap Pendapatan Industri Meubel Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Survei Pada Istana Meubel Cirebon.**”

B. Identifikasi Masalah

Dilihat dari latar belakang di atas yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pada Istana Meubel H.Aziz terdapat tingginya tingkat persaingan di pasaran diakibatkan karena banyaknya usaha sejenis yang menjual produk yang serupa dengan harga yang berbeda-beda.
2. Harga memiliki peran penting karena kualitas produk yang bagus memungkinkan harga yang mahal. Hal ini membuat konsumen berfikir berkali-kali sebelum membeli produk meubel yang diinginkan. Harga yang terlalu tinggi menjadi sebab penurunan penjualan produk meubel.
3. Serta tidak adanya dukungan promosi maka produksi industri meubel tidak akan pernah mendapatkan hasil yang memuaskan dan sangat berkorelasi dengan tingkat pendapatan industri meubel.
4. Dalam rangka memenuhi permintaan konsumen yang semakin melonjak, maka perlu melakukan pengembangan teknologi. Tetapi pada Istana Meubel H.Aziz masih menggunakan teknologi yang manual sehingga berdampak pada pendapatan industri manufaktur.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka masalah ini di batasi pada:

- 1) Penelitian ini hanya dilakukan di desa Pabuaran Kecamatan Pabuaran Kabupaten Cirebon, khususnya di Istana Meubel H.Aziz.
- 2) Penelitian ini difokuskan pada pendapatan industri manufaktur. Dengan hanya meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi

pendapatan industri manufaktur yaitu harga, promosi, dan teknologi.

- 3) Informasi yang disajikan diukur berdasarkan dari pengaruh Harga, Promosi dan Teknologi terhadap Pendapatan Industri Manufaktur pada Istana Meubel H.Aziz di desa Pabuaran Kecamatan Pabuaran Kabupaten Cirebon.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang ada, pembahasan yang akan dilakukan dirumuskan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut :

- a. Apakah Harga berpengaruh terhadap Pendapatan Industri Manufaktur di era new normal pandemi Covid-19?
- b. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Pendapatan Industri Manufaktur di era new normal pandemi Covid-19?
- c. Apakah Teknologi berpengaruh terhadap Pendapatan Industri Manufaktur di era new normal pandemi Covid-19?
- d. Apakah Harga, Promosi, dan Teknologi berpengaruh terhadap Pendapatan Industri Manufaktur di era new normal pandemi Covid-19?

D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Pendapatan Industri Manufaktur di era new normal pandemi Covid-19.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Pendapatan Industri Manufaktur di era new normal pandemi Covid-19.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Teknologi terhadap Pendapatan Industri Manufaktur di era new normal pandemi Covid-19.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi, dan Teknologi terhadap Pendapatan Industri Manufaktur di era new normal pandemi Covid-19.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

1) Bagi penulis

Hasil penelitian sebagai sarana bagi peneliti dalam membandingkan konsep-konsep yang telah dipelajari sebelumnya dengan prakteknya di dunia bisnis dan perdagangan yang ada kaitannya dengan pendapatan industri manufaktur yang dipengaruhi oleh harga, promosi, dan teknologi.

2) Bagi akademisi

Menambah pengetahuan tentang pendapatan industri manufaktur serta sebagai masukan untuk peneliti pada masa yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

1) Bagi perusahaan meubel

Sebagai masukan dan dapat dijadikan sebagai bahan agar lebih meningkatkan kinerja bisnis dengan mengembangkan strategi yang tepat dalam mengembangkan kinerja bisnis.

2) Bagi pihak lain

Sebagai referensi yang dapat digunakan bagi pihak lain yang ingin mengetahui lebih jauh mengenai informasi yang berkaitan dengan usaha meubel yang berpengaruh terhadap pendapatan industri manufaktur di era new normal pandemi Covid-19, untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan serta bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan kemudahan pemahaman dan memberikan gambaran umum kepada pembaca mengenai

penelitian yang dilakukan, adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini menerangkan tentang kajian teori yang mendukung penelitian. Berisi tentang landasan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang diawali dengan landasan utama yang menjadi materi utama dalam penelitian, terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan, kerangka konseptual yang menunjukkan sekilas variabel-variabel apa saja yang akan diteliti, kerangka konseptual penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrument dan skala pengukuran, populasi sampling dan sampel penelitian, teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang paparan atau deskripsi data atau temuan penelitian yang disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian, hasil analisis data dan pengujian hipotesis penelitian. Pada bab ini juga berisi tentang pembahasan terkait dengan variabel-variabel bebas penelitian dengan mencocokkan teori-teori serta hasil dari uji statistik apakah ada pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab penutup adalah hasil akhir dalam penelitian dan memberikan kesimpulan serta saran dalam skripsi. Kesimpulan merupakan pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan pembahasan untuk menjawab rumusan masalah yang dikemukakan. Sedangkan saran adalah pemikiran yang diajukan berdasar pertimbangan penulis, diajukan kepada para peneliti dalam bidang sejenis yang ingin mngembangkan penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat semua sumber kepustakaan yang digunakan dalam penelitian, baik berupa buku, jurnal, maupun sumber-sumber kepustakaan lainnya.

