

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri manufaktur nasional terus bertumbuh. Direktori Industri Manufaktur pada tahun 2017 mencatat terdapat 30.991 perusahaan atau bertambah 7.345 perusahaan pada edisi 2015 (bps.go.id). Penyerapan tenaga kerja oleh sektor industri manufaktur dari tahun ke tahun juga mengalami peningkatan. Pada 2015, industri manufaktur RI tercatat menyerap 15,54 juta pekerja, lalu pada 2016 mengalami kenaikan menjadi 15,97 juta orang, sementara pada 2017, sektor ini menyerap tenaga kerja sebanyak 17,56 juta orang, dan pada tahun 2018 sektor industri manufaktur menyerap tenaga kerja sebanyak 18,25 juta. Jumlah tersebut berkontribusi sebesar 14,72 persen terhadap total tenaga kerja nasional (tirto.id) .

Industri manufaktur ini tentunya tidak terlepas dari para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), yang disebut oleh Menteri PPN/Bappenas Bambang Brodjonegoro sekitar 99 persen dari perusahaan manufaktur di Indonesia berukuran mikro atau kecil (tirto.id). Walaupun industri manufaktur pada sektor mikro dan kecil sedang mengalami pertumbuhan ,terdapat perlambatan pertumbuhan sebesar 3,88% pada kuartal III-2018 dibandingkan kuartal sebelumnya sebesar 4,93%. Pada kuartal III ini, Industri manufaktur kecil (IMK) yang tumbuh paling besar secara tahunan adalah industri logam dasar sebesar 18,64%, industri percetakan dan reproduksi media rekaman sebesar 17,72% dan industri peralatan listrik sebesar 16,18% (cnbcindonesia.com). Tentunya hal ini memberikan gambaran bahwa potensi pasar pada industri manufaktur di Indonesia begitu besar serta persaingan oleh para pelaku industri kecil dan menengah semakin ketat, maka perlu adanya strategi yang tepat untuk tetap bertahan dalam persaingan bisnis.

Dalam industri Manufaktur dikenal salah satu produk bernama Buku Tahunan Sekolah. Produk yang masuk dalam sub sektor percetakan dan reproduksi media rekaman ini masih minim peminat para pelaku usaha, karena proses produksinya

yang panjang dan periode bisnisnya tahunan sehingga dianggap bisnis yang kurang menguntungkan. Produk buku tahunan sekolah sendiri berbentuk media cetak yang berisi kumpulan foto, biodata dan cerita masa sekolah yang berfungsi sebagai buah tangan kelulusan bagi siswa disekolah tersebut. Proses produksi buku tahunan sekolah ini pun panjang dari mulai tender, proses pembentukan konsep, proses foto, proses desain, pengambilan video, proses cetak, dan proses *finishing* sehingga perlu adanya tim yang solid dalam menjalankan bisnis ini.

Potensi pasar buku tahunan sekolah tingkat sekolah menengah atas negeri di Jakarta sendiri sangat besar hal ini bisa dilihat dari jumlah sekolah dan jumlah lulusan yang ada, sehingga Jakarta menjadi pasar yang potensial untuk terjadi persaingan bisnis. Sekolah menengah atas negeri di Jakarta menjadi prioritas utama para pelaku usaha buku tahunan sekolah karena jumlah lulusannya yang banyak dan dapat memberikan testimoni yang positif untuk sekolah diluar Jakarta. Berdasarkan data statistik sekolah menengah atas negeri (SMAN) yang dipublikasikan oleh kemendikbud terdapat 117 sekolah menengah atas negeri (SMAN) dengan total jumlah lulusan 27.550 siswa per tahun, jika dikalkulasi dengan harga rata-rata buku tahunan sekolah yaitu Rp 250.000 per buku berarti di Jakarta sendiri terdapat potensi omzet sebesar 6,8 miliar rupiah tentunya angka ini sangat besar dan menggiurkan sehingga para pelaku usaha percetakan buku tahunan sekolah saling bersaing untuk mendominasi pasar.

Tabel 1. Perusahaan buku tahunan berumur lebih dari empat tahun

NO	Nama Perusahaan
1	Crayoone Production
2	Abankirenk
3	Creativision
4	Pixel
5	Seven
6	Aparthure Indonesia
7	Nawa Factory

Perusahaan diatas telah berumur lebih dari empat tahun dan tetap bertahan sampai sekarang. Hal ini memberi gambaran bahwa jika persaingan buku tahunan sekolah masih minim jika dibandingkan dengan pasar yang ada tetapi sekaligus memberi gambaran bahwa untuk membangun bisnis buku tahunan sekolah perlu adanya tim yang kuat serta strategi pemasaran yang baik agar dapat bertahan dalam persaingan.

Salah-satu pelaku bisnis produk buku tahunan sekolah adalah CV *Crayoone Production*. Perusahaan ini telah menggeluti dunia buku tahunan sekolah selama kurang lebih sembilan tahun dan telah memiliki karyawan sebanyak 20 karyawan yang tersebar pada divisi produksi,marketing, desain, fotografi, dan kreatif. Dengan segmentasi pasar siswa SMP maupun SMA sederajat tentunya buku tahunan sekolah memiliki potensi pasar yang luas dan spesifik serta minim pesaing, walaupun sifatnya tahunan terhitung bisnis ini sangat menguntungkan karena pemesanan produk tidak mengandalkan satu dua pemesanan ,tapi terhitung jumlah kuantitas siswa dalam satu angkatan. Dengan fokus pada kualitas produk dan keandalan pemasar CV *Crayoone Production* percaya bahwa setiap tahunnya akan mengalami peningkatan penjualan.Berikut merupakan data tingkat penjualan CV *Crayoone Production* selama tiga tahun terakhir.

Tabel 2.Data penjualan CV. Crayoone Production tiga tahun terakhir

Tahun	Penjualan	Omzet (Rupiah)
2016	43 Sekolah	3.225.000.000
2017	21 Sekolah	1.575.000.000
2018	40 Sekolah	3.000.000.000

Berdasarkan pada data diatas terlihat data penjualan *Crayoone Production* di tahun 2016 terjadi penjualan yang tinggi ,kemudian mengalami penurunan penjualan pada tahun 2017 kemudian kembali meningkat pada tahun 2018. Hal ini disebabkan di tahun 2016 hampir semua penjualan langsung dihandle oleh founder perusahaan, dimana telah memiliki pengalaman dalam penjualan buku tahunan serta pengetahuan produk yang mempuni, kemudian ditahun 2017 terjadi penurunan penjualan secara

drastis hal ini disebabkan karena telah terjadi pembenahan terhadap sistem manajemen dan ujung tombak penjualan ditangani oleh tenaga penjual yang baru yang kurang berpengalaman dalam hal penjualan dan kurangnya pelatihan terhadap tenaga penjualan tersebut., Barulah ditahun 2018 mengalami perubahan sistem dengan adanya sistem kompensasi yang baik dan pelatihan secara berkelanjutan oleh manajemen membuat tenaga penjualan memiliki pengalaman lebih dan pengetahuan lebih terhadap produk dibandingkan sebelumnya sehingga penjualan *Crayoone Production* kembali mengalami peningkatan penjualan.

Tuntutan konsumen antara satu dengan yang lainnya tentulah berbeda sesuai dengan selera,kebutuhan,dan daya beli mereka.Maka dari itu untuk merebut hati konsumen agar selalu unggul dalam persaingan bisnis , perusahaan sangatlah perlu memahami perilaku konsumen karena perilaku konsumen yang selalu berubah-ubah ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Konsumen juga akan selalu memiliki alternatif-alternatif tentang barang atau jasa yang tersedia maka banyak faktor yang menjadi pengaruh bagi konsumen dalam memilih suatu produk.

Sistem tender pada proses pemilihan vendor buku tahunan sekolah sudah menjadi hal yang harus dipenuhi bagi setiap pemain buku tahunan sekolah tak terkecuali CV *Crayoone Production*. Dengan adanya proses tender buku tahunan sekolah ini konsumen (panitia siswa) dihadapkan pada beberapa pilihan untuk kemudian diseleksi sebelum akhirnya diambil keputusan, maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan detail produk buku tahunan sekolah.

Produk harus dibuat berkualitas agar dapat memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen puas dan loyal terhadap perusahaan .Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memuaskan konsumen baik yang dinyatakan maupun yang tidak dinyatakan (Priyanto,2014) .Dalam hal ini CV. *Crayoone Production* punya perhatian khusus terhadap kualitas produk dari mulai ketahanan produk yang memiliki tujuh jaitan buku,menggunakan kertas artpaper bernama morin sehingga buku lebih terlihat cerah,serta garansi buku selama satu tahun jika buku rusak,dan terdapat kompensasi harga sebesar 50% jika terjadi keterlambatan. Hal ini diharapkan sesuai dengan penelitian (Wardani,2017) yang

menyatakan bahwa semakin meningkat kualitas produk maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

Personal selling merupakan salah satu komponen *promotion mix* yang menekankan pada komunikasi yang bersifat persuasif (Priyanto,2014). Dalam pelaksanaan proses tender tenaga penjual memiliki peranan penting dalam proses mempresentasikan produk kepada konsumen.Pada proses ini konsumen mengharapkan suatu informasi yang dapat dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan. *Personal selling* masih menjadi senjata utama bagi CV.Crayoone Production. Terdapat pelatihan khusus bagi para tenaga penjual agar dapat tampil maksimal. Tentunya pemahaman terhadap produk serta skill komunikasi menjadi kunci agar dapat memikat konsumen. Hal yang menarik yaitu penelitian yang dilakukan oleh Priyanto pada tahun 2014 menyatakan bahwa *personal selling* mempunyai pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Di era Globalisasi seperti saat ini peran teknologi menjadi poin penting dalam merebut hati konsumen untuk membeli suatu produk. Perusahaan yang tidak bisa mengikuti perkembangan jaman dan tidak mengembangkan produknya bersiap akan mengalami kegagalan. Menurut Setiawan (2018) melalui inovasi, perusahaan memiliki strategi yang dapat digunakan untuk mencegah kebosanan dan mempertahankan konsumen, sehingga perusahaan dituntut untuk mengembangkan ide baru dalam menawarkan produk. CV. *Crayoone Production* sangat peka dengan perkembangan jaman. Teknologi *Augmented reality* sudah diaplikasikan oleh CV.Crayoone Production ke dalam buku tahunan sekolah sehingga buku tahunan sekolah dapat di akses melalui *Play store* maupun *App store*. Inovasi dapat menjadikan suatu produk mempunyai keunggulan dibandingkan produk pesaing serta mempertahankan posisi perusahaan dipasar (Setiawan, 2018).

Kegiatan pemasaran saat ini lebih difokuskan pada pemuasan kebutuhan konsumen. Tujuan utama dari memberikan kepuasan kepada konsumen adalah untuk membangun dan memperbaiki serta mempertahankan loyalitas konsumen terhadap perusahaan dan produk yang dihasilkannya. Kepuasan konsumen sangat mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian atau pembelian kembali suatu

produk, karena konsumen yang merasa puas akan bersedia melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan orang lain untuk membeli melalui komunikasi lisan (*Word Of Mouth*).hal ini dibuktikan oleh hasil penelitian Rumondor (2017) *Word of Mouth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini berusaha menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk buku tahunan sekolah Crayoone Production yang meliputi: Penjualan Personal, Kualitas Produk, Inovasi Produk,dan Word Of Mouth. Sehingga peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Produk Buku Tahunan Sekolah Pada UMKM Manufaktur Jakarta (Studi kasus pada keputusan pembelian buku tahunan sekolah siswa-siswi SMAN di Jakarta)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah ada Pengaruh Penjualan Personal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Buku Tahunan Sekolah SMAN di Jakarta.
2. Apakah ada Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Buku Tahunan Sekolah SMAN di Jakarta.
3. Apakah ada Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Buku Tahunan Sekolah SMAN di Jakarta.
4. Apakah ada Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Buku Tahunan Sekolah SMAN di Jakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Penjualan Personal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Buku Tahunan Sekolah SMAN di Jakarta.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Buku Tahunan Sekolah SMAN di Jakarta.

3. Untuk Mengetahui Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Buku Tahunan Sekolah SMAN di Jakarta.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Buku Tahunan Sekolah SMAN di Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat untuk menambah kajian dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk CV. *Crayoone Production* dalam mengembangkan usahanya
- b. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi konsumen dalam memilih jasa penyedia layanan buku tahunan sekolah.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat luas dalam memulai usaha baru buku tahunan sekolah.

