



BAB I PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, persaingan dalam dunia usaha semakin luas dan ketat yang tentunya didorong oleh majunya sektor perekonomian dan pesatnya perkembangan teknologi. Di Indonesia sendiri, angka persaingan dalam dunia usaha kian mengalami perubahan peningkatan, walaupun pada tahun 2020 mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19, persaingan kembali meningkat tajam pada tahun berikutnya. Hal ini dapat dibuktikan dari survey yang telah dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha Indonesia bekerjasama dengan *Center Economics and Development Studies (CEDS)* Universitas Padjadjaran (UNPAD) yang detailnya dapat dilihat pada gambar dibawah.

Gambar 1.1

Indeks Persaingan Usaha di Indonesia (2018-2021)



Sumber: KPPU (2021)

Hasil survey tersebut diperoleh oleh KPPU dan *CEDS* dengan mengumpulkan data di 34 provinsi di Indonesia terhadap perspektif dari setiap

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

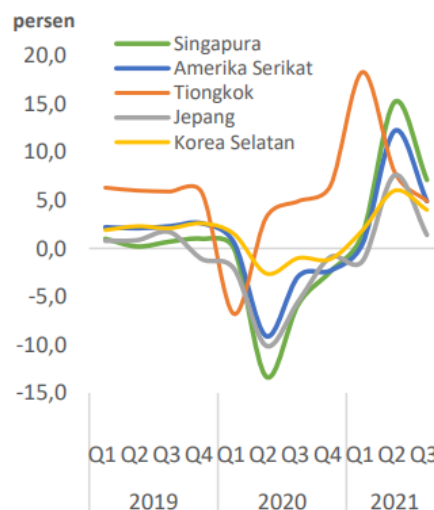


pelaku usaha bersangkutan, sehingga didapatkan hasil survey yang membuktikan bahwa indeks persaingan di Indonesia pada tahun 2021 meraih angka persaingan tertinggi dalam 4 tahun terakhir, yakni 4,81% yang sebelumnya pada tahun 2018 hanya sebesar 4,63% naik menjadi 4,72% pada tahun 2019 dan memang mengalami penurunan persentase pada tahun 2020 hingga 4,65% akibat terjadinya pandemi Covid-19. Namun, akhirnya persaingan tersebut kembali mengalami peningkatan hingga 4,81% di tahun 2021, dimana angka 4,81% nyatanya mendekati target persaingan bisnis nasional Indonesia, yakni 5,0%

Tidak hanya di Indonesia, persaingan tersebut kian terjadi di negara lainnya yang membuat sistem ekonomi seakan-akan tidak memiliki batasan terhadap wilayah. Adapun pembuktiannya dapat dilihat dalam analisa data yang dilakukan oleh *Census and Economic Information Center (CEIC)* yang mengambil perwakilan dari negara Singapura, Amerika Serikat, Tiongkok, Jepang, dan Korea Selatan yang detailnya dapat dilihat pada gambar dibawah.

Gambar 1.2

Grafik Persaingan Bisnis di Singapura, Amerika Serikat, Tiongkok, Jepang, dan Korea Selatan



Sumber: Perpustakaan.bappenas (2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Data menunjukkan bahwa kelima negara perwakilan tersebut memiliki grafik pergerakan persaingan bisnis yang serupa dengan kondisi persaingan bisnis yang dialami oleh Indonesia, dimana pada tahun 2020 memang terdapat penurunan persaingan bisnis sebagai dampak atau akibat dari pandemi Covid-19 yang membuat sebagian dari pelaku usaha harus terpaksa untuk menutup bisnisnya. Namun, pada tahun 2021, persaingan antar bisnis kembali meningkat secara signifikan diantara kelima negara tersebut termasuk Indonesia yang telah dijelaskan pada gambar sebelumnya. Oleh karena hal ini, para pelaku bisnis harus dapat bersaing demi mempertahankan eksistensi bisnisnya ditengah persaingan yang ketat tersebut. Untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut, sekiranya kita perlu membuat bisnis yang telah diperhitungkan dengan matang sebelumnya. Tanpa perhitungan yang tepat, bisnis tentu memiliki risiko yang besar untuk mengalami berbagai macam hambatan dan kegagalan, dimana bisnis yang baik adalah bisnis yang mampu bertahan ditengah persaingan yang ketat dan dapat mengikuti perkembangan zaman dengan mudah.

Namun, masih ada bisnis yang dibuat dengan perhitungan yang kurang matang sehingga mengakibatkan fondasi bisnis menjadi rentan dan kurang kuat. Hal ini dapat kita lihat dalam realita kehidupan sehari-hari, dimana banyak usaha yang akhirnya berujung bangkrut karena tidak mampu bersaing dengan bisnis yang lain, ditambah dengan adanya pandemi Covid-19 menyebabkan banyak pelaku usaha mengalami kesulitan untuk dapat tetap menjalankan bisnisnya seperti yang dapat dilihat pada grafik berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

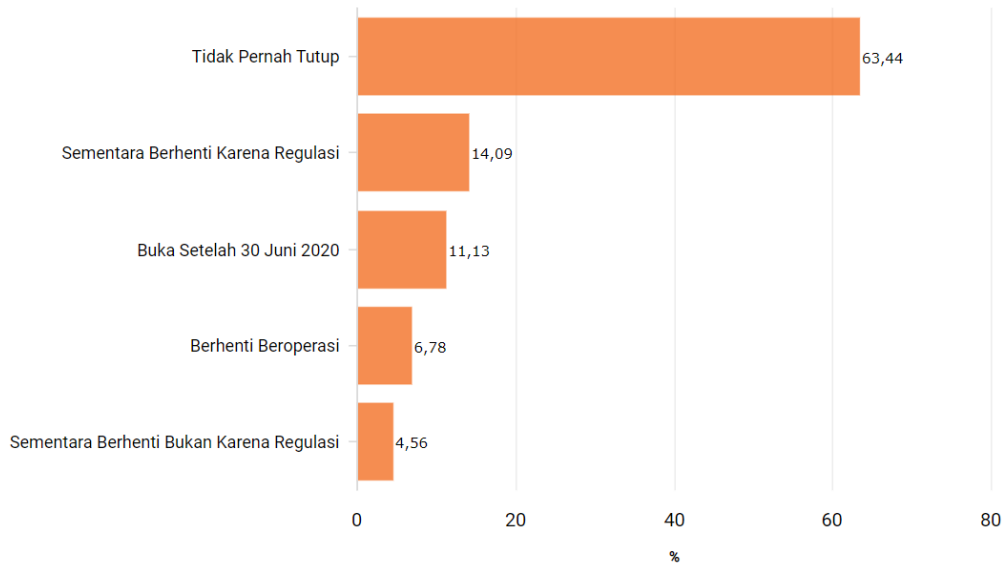
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.3

Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha



Sumber: Databoks.katadata.co.id (2020)

Pada grafik diatas dapat dilihat bahwa selama tahun 2020, sebesar 6,78% bisnis di Indonesia berhenti beroperasi karena terdampak pandemi Covid-19. Hal ini didukung oleh Bank Indonesia yang turut menyatakan bahwa hingga 87,5% bisnis di Indonesia terdampak masalah pandemi Covid-19, dimana 93,2% diantaranya mengalami dampak negatif dari sisi penjualan (Bank Indonesia, 2020).

Dengan terjadinya pandemi Covid-19 kian semakin memaksa seluruh pelaku usaha untuk berpikir lebih dan terus berusaha agar dapat menarik minat pelanggan dengan produk yang ditawarkan untuk dapat mempertahankan eksistensi bisnis yang dijalannya. Adapun masalah yang dapat dihadapi oleh pebisnis salah satunya adalah terkait kualitas hingga harga produk yang kurang sesuai atau kurang bersaing. Tidak hanya itu, hal ini diperkeruh oleh kondisi persaingan yang sangat ketat, khususnya pada pasar produk lilin aromaterapi karena potensi pasar dan keuntungan yang cukup tinggi (LinkUMKM, 2021). Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya penjual

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

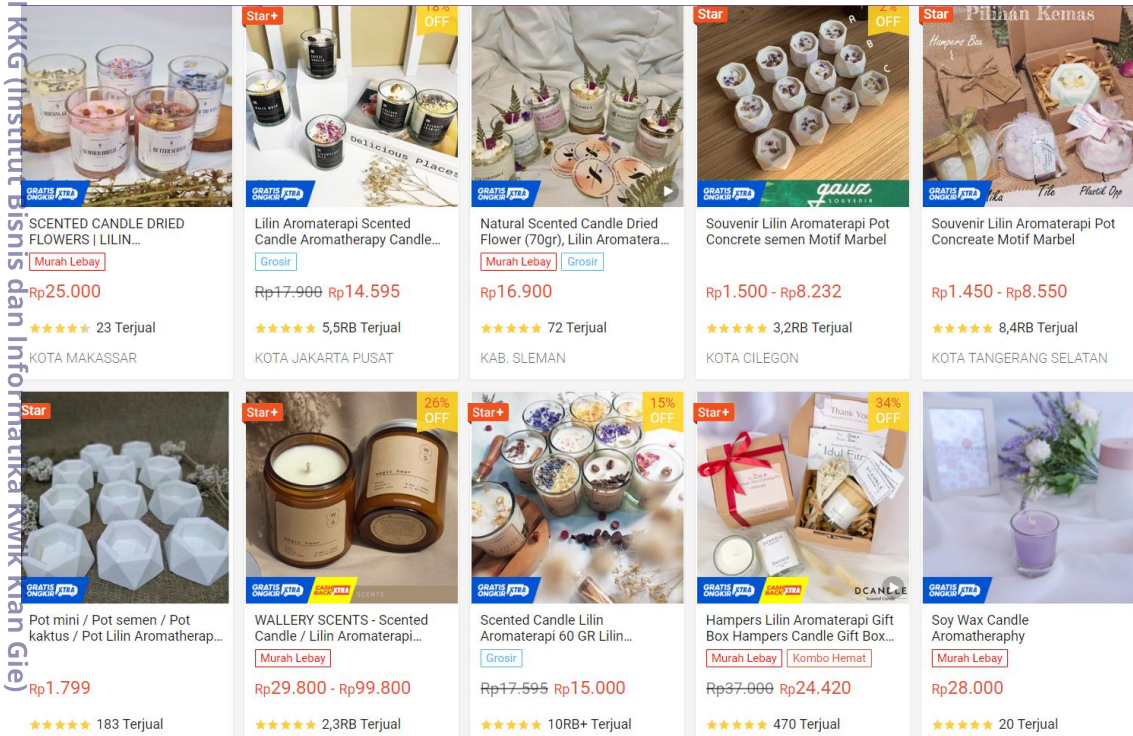
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



produk lilin aromaterapi yang dapat ditemui dengan mudah hanya dengan melalui toko online seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 1.4
Ragam Produk Lilin Aromaterapi pada Aplikasi Shopee



Sumber: Shopee.co.id (2022)

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dengan lilin aromaterapi adalah memberikan efek relaksasi diri dan dapat meredakan atau melepaskan *stress*. Terlebih dengan pola hidup masyarakat Jakarta yang merupakan kota besar yang memiliki tingkat *stress* yang cukup tinggi (urutan ke-9) jika melihat data kota dengan tingkat *stress* tertinggi tahun 2021 yang diperoleh dari hasil survei yang dilakukan oleh VAAY dalam gambar berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

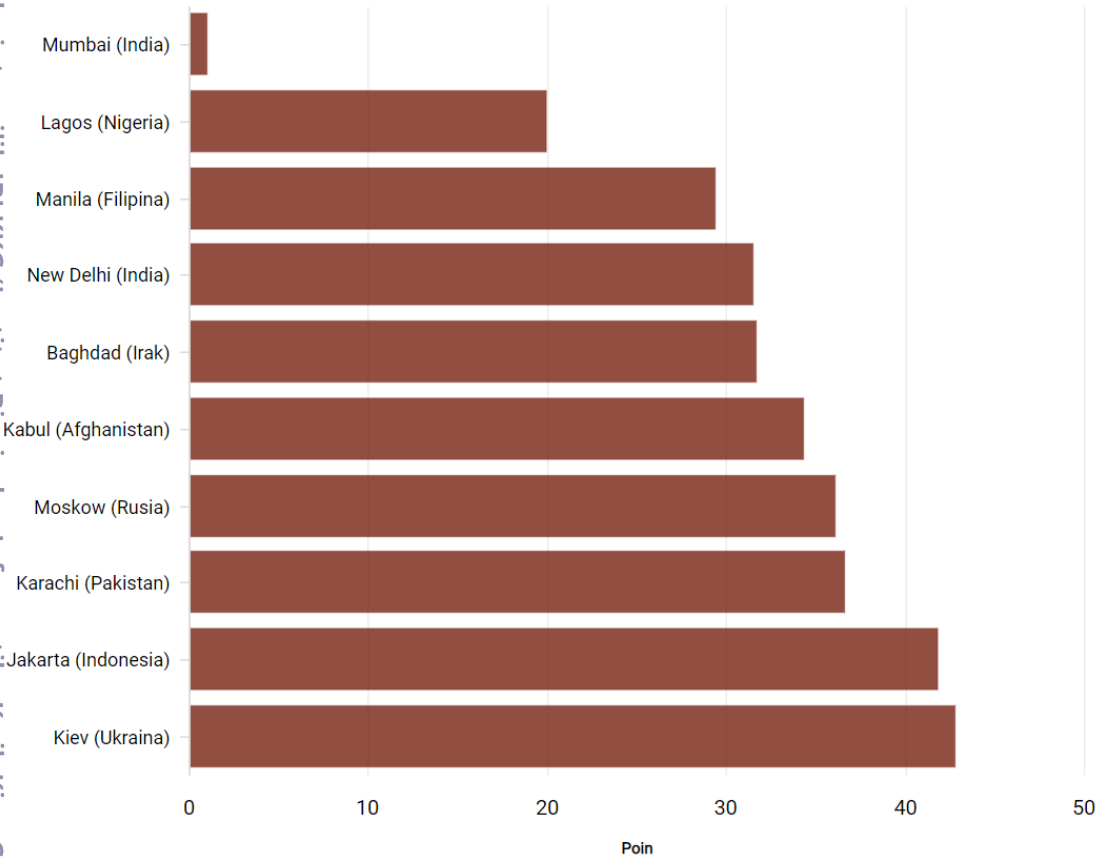
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 1.5

Indeks Kota dengan Tingkat *Stress* Tertinggi Tahun 2021

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Sumber: Databoks.katadata (2021)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

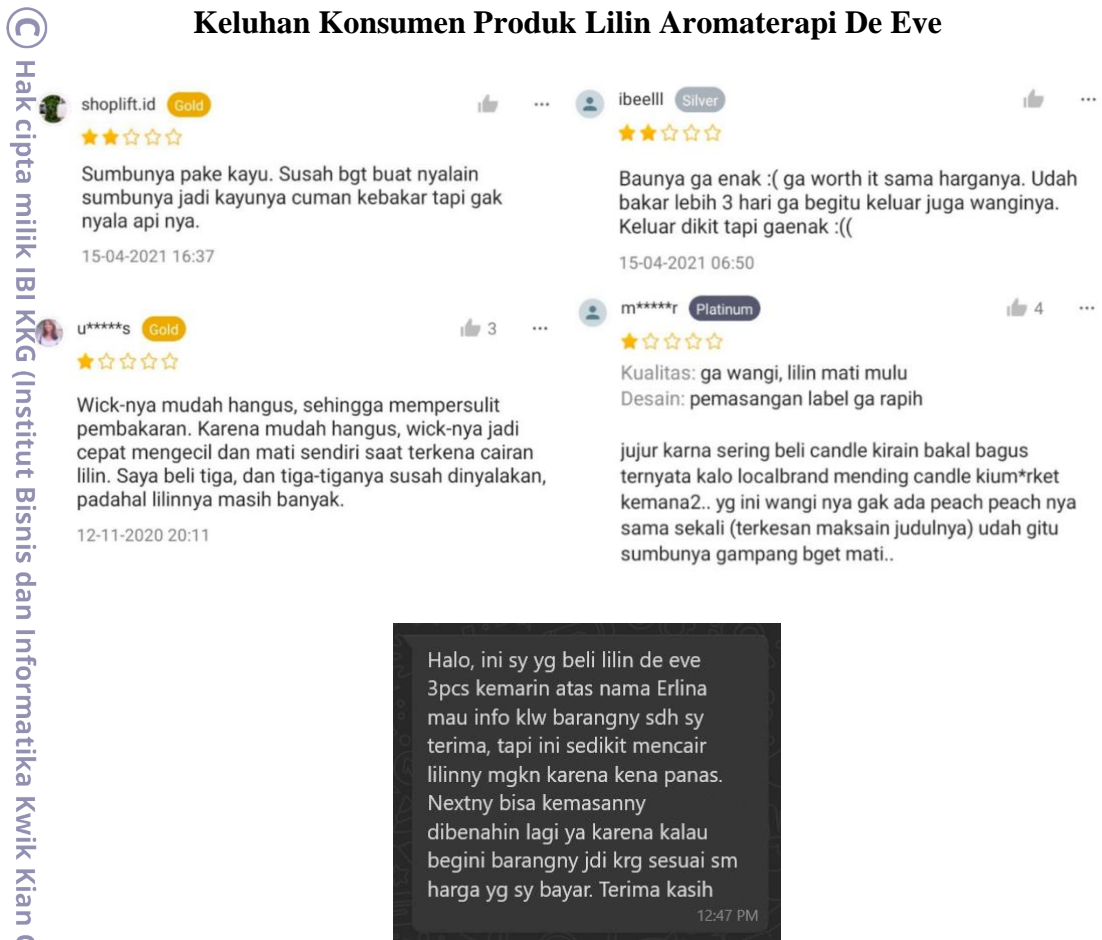
Namun, keluhan dari konsumen maupun pelanggan kian tak dapat dihindari oleh pelaku bisnis manapun, seperti yang dialami oleh De Eve yang menjual produk lilin aromaterapi sejak tahun 2020, baik melalui *E-commerce* maupun media sosial lainnya seperti *Instagram* dan *Whatsapp*. Didapati bahwa terdapat beberapa pelanggan yang mengeluhkan desain produk yang membuat lilin sulit untuk dinyalakan hingga pelanggan yang merasa bahwa harga produk kurang sesuai dengan produk yang ditawarkan seperti pada *review* yang dapat dilihat sebagai berikut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.6

Keluhan Konsumen Produk Lilin Aromaterapi De Eve



Sumber: Shopee (2021) dan Whatsapp (2021)

Menurut Leland (2016:15) dikatakan bahwa fase pertama dalam membangun sebuah merek adalah dengan mengembangkan pondasi yang kokoh untuk dapat membangun merek dan memasarkan bisnis yang ada. Ia juga menegaskan bahwa ditemui terjadi masalah dalam bisnis akibat banyaknya orang yang terburu-buru dalam membangun mereknya. Adapun masalah tersebut dapat terjadi salah satunya menyangkut kualitas produk, yakni salah satunya desain yang kurang baik (menarik).

Adapun menurut Kotler dan Keller (2016:1313) harga adalah hal terakhir yang dibahas oleh pemasar dan merupakan elemen yang penting dibandingkan dengan elemen marketing mix lainnya, dimana harga adalah sumber dari pendapatan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler dan Keller juga menambahkan bahwa harga bersamaan dengan produk yang dijual akan menciptakan nilai bagi pelanggan. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Kotler dan Keller (2016:751) bahwa harga akan menunjukkan posisi nilai sebenarnya dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 1.7

Lilin Aromaterapi De Eve pada Aplikasi *E-Commerce*



Scented Candle Amber Jar Wood Wick 100ml
| Lilin Aromaterapi Gelas Cokelat Sumbu Kayu

Rp10.000 - Rp44.500

Sumber: Shopee (2021)

Dapat dilihat pada gambar diatas adalah salah satu varian produk yang ditawarkan oleh De Eve, dimana De Eve berusaha untuk membuat produknya memiliki kesan yang berkualitas agar dapat terlihat menarik oleh calon konsumen dan menetapkan harga yang *valuable* dan pantas yang mampu bersaing dengan produk lilin aromaterapi sejenis berukuran 100ml.

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diungkapkan, penulis tertarik untuk membuat sebuah uji coba penelitian terhadap produk De Eve yang berusaha untuk



menghadirkan kualitas dan harga yang baik serta menarik terhadap keputusan pembelian konsumen untuk dapat mempertahankan eksistensi perusahaan ditengah persaingan bisnis yang ketat, khususnya untuk produk lilin aromaterapi.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Identifikasi Masalah

Atas berbagai uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi berbagai masalah-masalah sebagai berikut:

1. Apakah persaingan usaha berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah ulasan balik konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus terhadap pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian atas produk lilin aromaterapi saja. Untuk itu, penulis membatasi penelitian hanya pada:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

D. Batasan Penelitian

Atas masalah yang telah penulis batasi, dapat ditentukan bahwa penelitian akan dibatasi dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan terhadap produk lilin aromaterapi De Eve sebagai contoh perwakilan produk yang membutuhkan harga bersaing, serta kualitas yang baik dalam penjualannya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Penelitian dilakukan kepada konsumen lilin aromaterapi De Eve untuk dilakukan survei lebih lanjut mengenai kualitas dan harga produk lilin aromaterapi tersebut.
3. Penelitian akan dilakukan pada toko (*online*) lilin aromaterapi De Eve yang berlokasi di Jakarta.
4. Penelitian akan dilakukan dengan melakukan uji coba survei dan pengumpulan data terhadap konsumen De Eve, dimana alat analisa yang digunakan dalam penelitian ini akan melibatkan program *WarpPLS* versi 8.0, *IBM SPSS* versi 25, dan *Microsoft Office Excel* 2019.
5. Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan data konsumen yang telah membeli lilin aromaterapi De Eve.

E. Rumusan Masalah

Dari berbagai uraian yang telah penulis nyatakan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan berbagai permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lilin aromaterapi De Eve?
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lilin aromaterapi De Eve?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk lilin aromaterapi De Eve.



2. Mengetahui pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian produk lilin aromaterapi De Eve.

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

G. Manfaat Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Adapun manfaat yang akan didapatkan dan diperoleh dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dilakukan dengan harapan untuk dapat menambah wawasan, informasi, dan ilmu pengetahuan kepada berbagai pihak yang berkepentingan.
- b. Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat dijadikan sebagai panduan dan bahan pertimbangan bagi penelitian lanjutan, khususnya yang berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen atas produk yang dipengaruhi oleh kualitas dan harga produk.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para pebisnis, khususnya yang memproduksi barang jadi, diharapkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk dapat membuat produk dengan kualitas dan harga yang lebih baik serta menarik lagi untuk dapat menarik minat dan perhatian konsumen agar harapannya dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.