

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masalah ekonomi merupakan masalah besar dalam kehidupan umat manusia baik individu, keluarga, masyarakat maupun Negara. Banyak sistem yang dikembangkan oleh orang dalam menjalankan ekonominya, seperti system kapitalis sosialis dan sebagainya. Sistem kapitalis mempunyai prinsip bahwa individualisme merupakan azas. Jiwa peraturannya terlihat pada egoisme, bebas menumpuk kekayaan, mengembangkan dan membelanjakannya. Sistem ini tidak mementingkan apa-apa kecuali laba dalam jumlah yang besar, segala cara dihalalkan untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Sedangkan sistem sosialis, jiwa peraturannya bertolak belakang dengan kapitalis. Dewasa ini zaman yang terus berkembang pesat saat ini bersamaan dengan waktu yang terus berjalan, sehingga menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat termasuk dalam persaingan usaha. Perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini ditandai dengan semakin tajamnya persaingan suatu perusahaan atau para pelaku usaha.¹ Hal ini yang menuntut produsen/pelaku usaha untuk lebih teliti, peka, kritis dan kreatif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi. Menciptakan dan mempertahankan pelanggan merupakan faktor penting yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan. Oleh karena itu, agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian,

¹ Winda Zainur. "pengaruh Pelaksanaan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan produk Tabungan Pada Pt. Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru".

setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya.²

Melihat dari perkembangan dunia usaha yang semakin hari semakin ketat sehingga hal ini merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis atau perusahaan yang ingin bertahan dan mampu menghadapi segala tantangan tersebut. Menghadapi dinamika dunia usaha yang penuh dengan persaingan dan untuk menyeimbangkan dengan para pesaing yang ada, serta untuk dapat lebih unggul diantara pesaing maka pemilik usaha harus memperhatikan berbagai hal seperti pemasaran bidang pemasaran memegang peranan penting didalam menyampaikan produk kepada konsumen, tetapi hal ini tidak terlepas juga dari dukungan bidang-bidang lainya seperti halnya kualitas produk yang di produksi.³

Perlu untuk memahami bahwa produk itu segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa,. Jadi produk bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Kualitas produk salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bisa didefinisikan sebagai “bebas dari kerusakan” tetapi sebagai besar perusahaan yang berpusat

²Christy Jacklin Gerung, Dkk. “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. “ *Jurnal EMBA* Vol. 5, No. 2, (Juni 2017,) Hlm., 2

³ Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari. “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Tingkat penjualan di indrako swalayan Teluk kuantan. “ *Jurnal Valuta* Vol. 2, No. 2, (Oktober 2016,) Hlm., 2.

pada pelanggan melangkah jauh melampaui definisi sempit ini. Justru, mereka mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk, harga juga perlu diperhatikan sebagai penarik pembeli sehingga dengan demikian bisa bersaing dengan usaha milik orang lain. Harga itu sendiri dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.⁴ Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kualitas yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

Kualitas produk dan harga menjadi hal penting dalam penjualan, untuk menarik pembeli memang produk yang ditawarkan harus berkualitas baik, dan dalam menentukan harga masih bisa bersaing dengan pedagang yang lainnya dengan demikian para konsumen tertarik untuk bagaimana membeli produk yang kita jual sehingga usaha yang dilakukan masih bisa bersaing

Tingkat persaingan di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru, Keputusan konsumen dalam pembelian menerangkan bahwa perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik konsumen saja tetapi juga dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang mencakup produk, harga, distribusi, dan promosi hal tersebut mempengaruhi keputusan pembelian

⁴Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang : Bayumedia Publishing, 2004), 178.

Beberapa hal yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain kualitas produk, harga dan iklan dan pemasaran, salah satu aspek penting dalam pemasaran adalah kualitas produk. Suatu perusahaan akan mengalami tingkat penjualan produk apabila dapat menciptakan sikap minat beli konsumen serta loyalitas konsumen terhadap suatu produk yang dijualnya. Minat beli konsumen timbul karena terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya seperti harga dan kualitas. Apabila tingkat kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan minat beli konsumen, tentunya produk yang dijual oleh perusahaan akan semakin bertambah, hal ini akan menambah tingkat penjualan produk. Faktor lainnya yaitu harga, apabila harga yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas yang diterima oleh konsumen, tentunya hal ini akan dapat menciptakan minat pada konsumen untuk membeli produk tersebut sehingga dapat menambah tingkat penjualan produk. Para konsumen menginginkan produk yang berkualitas yang bisa memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen tersebut akan menjadi loyal.

UD HSN adalah salah satu jenis usaha produksi petis ikan yang berada di Pamekasan, tepatnya beralamat di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. Perusahaan petis ikan dengan merek "HSN" sudah berkembang selama 9 tahun yaitu didirikan pada tanggal 20 Desember 2012. Usaha ini didirikan oleh ibu Hj. Hasanah selaku warga Desa Konang Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan, yang kemudian diteruskan oleh suaminya yaitu Bapak H. Abdullah. Usaha ini dibangun dengan luas tanah sekitar 1100 m². Pemberian nama "HSN" pada usaha ini karena merupakan singkatan nama dari istri pemilik yaitu "Hasanah" yang sudah almarhumah. Awal didirikannya usaha ini, sedikit

mengalami kendala terkait dengan bahan-bahan yang dikumpulkan dan dalam segi pemasaran produknya, karena masih belum banyak orang yang mengetahuinya , serta masih membutuhkan proses sedikit demi sedikit untuk mengembangkan pemasaran petis ikan tuna.

Usaha ini didirikan untuk memajukan sektor perekonomian keluarga dan terhadap masyarakat. Tujuan didirikannya usaha ini yaitu untuk membangun atau dapat menompang ekonomi keluarga dan memberi lapangan pekerjaan kepada masyarakat atau warga sekitar. Selain itu, alasan didirikannya usaha ini untuk menambah produk unggulan di Madura, khususnya Pamekasan. Pandangan kedepan dalam berdirinya perusahaan petis yaitu untuk memiliki prospek bisnis yang baik, karena semakin berkembang pesatnya dunia digital yang memiliki peluang pemasaran yang sangat bagus.

Petis merupakan produk yang banyak diminati oleh masyarakat Madura yang memiliki citra rasa agak asin. Selain itu, daerah-daerah tapal kuda merupakan penikmat dari petis ikan merek “HSN” ini, sehingga produk ini telah berjalan dan telah banyak dipasarkan di pasar tradisional yang ada di daerah Madura bahkan sampai keluar pulau Madura atau sampai ke Jawa.

UD HSN ini memproduksi petis 3x dalam seminggu yang jumlahnya dapat menghasilkan 300 drum per minggunya. Usaha ini memiliki 5 orang karyawan. Selain itu usaha ini melayani konsumen berdasarkan pemesanan, tetapi juga menyediakan stok petis setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Bapak Abdullah, selaku pemilik usaha ini mengemas petis dengan menggunakan plastik, palet dan koplok, tergantung dari permintaan konsumen.

Latar belakang masalah di atas sehingga saya tertarik dilakukan suatu penelitian dengan Judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Prodak Terhadap Tingkat Penjual Pada Pabrik Petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Rumusan masalah tersebut, memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap tingkat penjualan pada pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.
2. Untuk mengetahui kualitas produk pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap tingkat penjualan pada pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi dalam kamus ilmiah mempunyai arti paradigma anggapan sementara (yang kebenarannya masih perlu). Dalam penelitian kita diharuskan untuk menyusun asumsi. Hal ini sebagai stimulus agar kita mencari pembuktian sebuah kebenaran ilmiah. Asumsi juga merupakan hal penting dalam menentukan paradigma penelitian. Asumsi juga berguna untuk menafsirkan kesimpulan kita.⁵

Asumsi dari penelitian ini yaitu:

1. Harga produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
2. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka semakin banyak minat beli konsumen.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga yaitu konsumen atau pelanggan, faktor biaya dan faktor pesaing.
4. Harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat penjualan.
5. Faktor -faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk membeli yaitu harga dan kualitas produk.⁶

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus dibuktikan secara empiris. Ditinjau dari arti katanya, hipotesis memang dari dua penggalan kata yaitu *Hypo* yang artinya dibawah dan *thesa* yang artinya kebenaran. Secara teknis hipotesis adalah pernyataan mengenai populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan

⁵Mukhtazar, *prosedur penelitian pendidikan*,(Yogyakarta: Absolute media,2020). Hlm. 57-58.

⁶Nur Sayidah, *Metodologi Penelitian*, (Sidoarjo : Zifatama Jawara, 2018), Hlm.16-17.

data yang diperoleh dari sampel penelitian. Secara statistik, hipotesis adalah pernyataan mengenai keadaan parameter yang akan diuji melalui statistik sampel.⁷

1. H1: Harga berpengaruh secara signifikan tingkat penjualan pada pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.
2. H2: Kualitas produk Berpengaruh secara signifikan tingkat penjualan pada pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.
3. H3: ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan pada pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis dan praktis:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, diantaranya sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Bagi peneliti yaitu sebagai tambahan ilmu dan pengalaman baru sekaligus sebagai tugas akhir untuk mendapatkan kelulusan di IAIN MADURA serta informasi tentang penelitian pengaruh harga dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.

⁷Ibud, hlm 58.

b. Bagi Akademisi

Bagi perguruan tinggi keagamaan Islam, dapat dijadikan tambahan referensi perpustakaan khususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN MADURA dan untuk perguruan tinggi pada umumnya, dapat dijadikan sebagai bahan bacaan menambah wawasan tentang bisnis dalam Islam.

2. Kegunaan Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, diantaranya sebagai berikut:

a. Bagi Pabrik petis UD HSN di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.

Peneliti ini di harapkan dapat memberikan bahan masukan bagi UD HSN untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan.

b. Bagi IAIN Madura

Peneliti ini sebagai suatu sumbangsih pemikiran terhadap literatur perpustakaan yang dapat di baca oleh mahasiswa yang berkarya dan dapat di jadikan sebagai regrensi, baik untuk keperluan penelitian maupun tugas akademisi.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan penulis tentang teori.

G. Definisi Istilah

Definisi istilah dalam penelitian ini adalah:

1. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.⁸
2. kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan. Kualitas produk dan jasa didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.⁹
3. Penjualan adalah kegiatan memindahkan suatu produk dari produsen kepada konsumen sebagai tujuan utamanya. Penjualan juga merupakan suatu sumber pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh perusahaan. Dalam kegiatan penjualan produk diharapkan dapat memperoleh keuntungan dari setiap proses transaksi penjualan.¹⁰

H. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada dasarnya studi tentang pembahasan Pengaruh harga dan kualitas produk pada tingkat penjualan sudah banyak dibahas di beberapa karya tulis ilmiah seperti jurnal, dan artikel, akan tetapi dalam tesis dan skripsi tidak begitu banyak dibahas mengenai harga dan kualitas produk akan tetapi yang banyak dibahas adalah promosi dan harga produk. Dengan demikian untuk mendukung

⁸Tim. Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar* (Jakarta: PT. Reality Publisher, 2008), hlm. 450.

⁹Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano* (Jakarta: PT Indeks, 2018), hlm. 10.

¹⁰Fika Kartika, *Sistem Informasi Penjualan dan Pembelian Pada Toko Sinar Hari*, (Skripsi, Universitas Komputer Indonesia, 2015), hlm. 17.

persoalan yang lebih mendalam terhadap permasalahan yang dibahas di atas serta mempermudah mendapatkan gambaran dalam penyusunan kerangka pikir penelitian ini, peneliti melakukan kajian terhadap literatur-literatur yang hampir mirip namun tidak berbeda dengan objek masalah yang diangkat, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan Sartika Doloksaribu dan Edwin Agung Wibowo dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Jig Di Pt. Mitra Global Bersama dengan hasil penelitian Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, sesuai dengan tujuan penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa : Variabel Kualitas Produk Variabel kualitas produk (X1) secara individu tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel tingkat penjualan (Y), hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien regresi yang positif (0,652) Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, sesuai dengan tujuan penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa : Variabel Kualitas Produk Variabel kualitas produk (X1) secara individu tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel tingkat penjualan (Y), hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien regresi yang positif (0,652). Dalam penelitian memiliki kesamaan yaitu menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan sumber data menggunakan data primer data skunder, dengan teknik pengumpulan data

wawancara, kusioner, dan observasi dan memiliki perbedaan yaitu fokus penelitian, tahun penelitian serta lokasi penelitian¹¹

2. Penelitian yang dilakukan oleh Eri Riskawati dengan judul Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbal Penawar Al Wahida (Hpa) Di Kota Jambi dengan hasil penelitian Berdasarkan hasil yang telah didapat Harga dan Kualitas Produk secara simultan atau bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $8,673 > 3,09$ nilai signifikan yang di hasilkan 0,000 lebih kecil dari level of signifikan 0,05. Karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hal ini berarti bahwa variabel Harga dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam penelitian memiliki kesamaan yaitu menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan sumber data menggunakan data primer data skunder, dengan teknik pengumpulan data wawancara, kusioner, dan observasi dan memiliki perbedaan yaitu fokus penelitian, tahun penelitian serta lokasi penelitian¹²

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
Eri Riskawati	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap	Berdasarkan hasil yang telah didapat Harga dan Kualitas Produk secara simultan atau	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan Metode penelitian Kuantitatif • Tehnik 	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus Penelitian • Tahun Penelitian • Lokasi

¹¹ Sartika Doloksaribu dan Edwin Agung Wibowo, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Jig Di Pt. Mitra Global Bersama" *Jurnal*, Vol.No.15

¹² Eri Riskawati, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbal Penawar Al Wahida (Hpa) Di Kota Jambi" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin, Jambi 2020), hlm. 68

	<p>Kepuasan Konsumen Produk Herbal Penawar Al Wahida (Hpa) Di Kota Jambi</p>	<p>bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $8,673 > 3,09$ nilai signifikan yang di hasilkan 0,000 lebih kecil dari level of signifikan 0,05. Karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hal ini berarti bahwa variabel Harga dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen</p>	<p>pengumpulan data yaitu: Observasi, Wawancara, dan kusioner</p>	<p>Penelitian</p>
<p>Sartika Doloksaribu dan Edwin Agung Wibowo</p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Jig Di Pt. Mitra Global Bersama</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, sesuai dengan tujuan penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa : Variabel Kualitas Produk Variabel kualitas produk (X1) secara individu tidak</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan Metode penelitian Kuantitatif • Tehnik pengumpulan data yaitu: Observasi, Wawancara, dan kusioner 	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus Penelitian • Tahun Penelitian • Lokasi Penelitian

		<p>memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel tingkat penjualan (Y), hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien regresi yang positif (0,652)</p> <p>Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, sesuai dengan tujuan penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :</p> <p>Variabel Kualitas Produk Variabel kualitas produk (X1) secara individu tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel tingkat penjualan (Y), hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien regresi yang positif (0,652).</p>		
--	--	--	--	--