

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Rokok sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi kebanyakan komunitas kretek (sebutan perokok aktif di Indonesia) dalam berbagai aktivitas yang mereka lakukan. Merokok sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari walaupun banyak mudharatnya dari kegiatan tersebut tetapi para perokok aktif masih banyak yang tidak bisa meninggalkan kegiatan tersebut.

Di tahun 2014 kemasan pada bungkus rokok diatur oleh pemerintah dengan menambahkan gejala yang ditimbulkan akibat dampak dari merokok itu sendiri tetapi dinilai tidak efektif karena tidak berdampak bagi konsumen. Di samping membawa dampak buruk bagi kesehatan tetapi rokok membantu perekonomian negara. Hal ini dimuat laman berita <https://finance.detik.com>. Kementerian Perindustrian mencatat, total tenaga kerja yang diserap oleh industri rokok sebanyak 5,98 juta orang. Terdiri dari 4,28 juta orang dari sektor manufaktur dan distribusi, sedangkan sisanya sebanyak 1,7 juta orang di sektor perkebunan. Pada tahun 2018, nilai ekspor rokok sebesar US\$ 931,6 juta atau meningkat sebesar 2,98% dibanding 2017 sebesar US\$ 904,7 juta. Sepanjang 2018, penerimaan cukai rokok menembus hingga Rp 153 Triliun atau lebih tinggi dari tahun 2017 sebesar Rp 147 Triliun. Hal tersebut menunjukkan bahwa industri rokok memberikan kontribusi yang signifikan pada Pendapatan Nasional Indonesia.

Persaingan antar produsen rokok di Indonesia dapat dikatakan sangat kompetitif. Terdapat beberapa produsen rokok yang menguasai pasar diantaranya Sampoerna, Gudang Garam, Wismilak dan Bentoel. Berdasarkan tabel 1.1 berikut tampak bahwa Sampoerna berada di peringkat satu apabila dilihat berdasarkan penjualan dan laba yang diperoleh pada tahun 2018 dengan tingkat penjualan sebesar Rp 106,74 triliun dan laba sebesar Rp 13,53 triliun. Adapun Gudang Garam berada di peringkat kedua dengan tingkat penjualan sebesar Rp 95,71 triliun dan laba sebesar Rp 7,39 triliun. Dengan demikian bagi Gudang garam, fenomena tersebut menjadi masalah yang perlu dipecahkan.

Tabel 1.1
KINERJA EMITEN ROKOK TAHUN 2018

No	Perusahaan	Penjualan	Laba Perusahaan	Produksi
1	PT. Sampoerna	106,74 Triliun	13,53 Triliun	101,38 Miliar
2	PT. Gudang Garam	95,71 Triliun	7,39 Triliun	85,3 Miliar
3	PT. Wismilak	1,40 Triliun	51,14 Triliun	4,64 Miliar
4	PT. Bentoel Group	21,92 Triliun	60,2 Triliun	4,64 Miliar

Sumber: <https://tirto.id>

Sebagai salah satu produsen rokok yang telah lama beroperasi, Gudang Garam berupaya meningkatkan tingkat penjualannya. Tingkat penjualan produk dipengaruhi oleh beberapa variabel diantaranya adalah harga produk, citra merek dan nilai yang dirasakan oleh konsumen.

Harga sebuah produk memiliki peran penting bagi konsumen. Harga yang sesuai dengan kualitas sebuah produk akan menentukan keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Semakin menarik harga yang ditetapkan oleh perusahaan

maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nushrat Shabrin, *et al* (2017) membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Selain harga, citra merek juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tertentu. Citra Merek adalah faktor kunci keberhasilan di pasar kontemporer. Citra merek merupakan faktor yang dapat mendorong konsumen menunjukkan minat yang lebih besar pada merek daripada sebelumnya, semakin tinggi persepsi konsumen terhadap citra merek sebuah produk maka semakin tinggi pula keputusan untuk membeli produk. Hasil penelitian Isaac Oladepo dan Samuel Abimbola (2015) membuktikan bahwa citra merek mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Nilai yang dirasa oleh pelanggan dapat ditentukan melalui berbagai elemen seperti kepuasan yang diinginkan, produk atau layanan yang dapat diterima untuk harga yang dibayar, harga rendah dibandingkan dengan pesaing dan apa yang pelanggan dapatkan untuk apa yang mereka berikan sebagai imbalan. Semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh konsumen ketika menggunakan sebuah produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian terhadap produk itu. Hasil penelitian Jalal Rajeh Hanaysha, (2018) membuktikan bahwa nilai yang dirasa mempengaruhi keputusan pembelian.

Sehubungan dari fenomena tersebut peneliti untuk mengetahui apa pengaruh harga dalam sebuah rokok yang berjudul “Pengaruh Harga, Citra Merek, Nilai yang Dirasa terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Area Marketing Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok filter Gudang Garam di Surabaya?
2. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok filter Gudang Garam di Surabaya?
3. Apakah nilai yang dirasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok filter Gudang Garam di Surabaya?
4. Apakah harga, citra merek, dan nilai yang dirasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok filter Gudang Garam di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rokok filter Gudang Garam di Surabaya.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian rokok filter Gudang Garam di Surabaya.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh nilai yang dirasa terhadap keputusan pembelian rokok filter Gudang Garam di Surabaya.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh harga, citra merek, nilai yang dirasa terhadap keputusan pembelian rokok filter Gudang Garam di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan diperoleh oleh peneliti ini adalah:

1. Bagi peneliti

Untuk mengimplementasikan pengetahuan bagi peneliti tentang ilmu pada masa perkuliahan, khususnya di bidang pemasaran.

2. Bagi pihak Perusahaan

Memberikan masukan terhadap perusahaan akan pentingnya harga, citra merek, nilai yang dirasa terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai referensi relevan bagi peneliti selanjutnya dan memberikan informasi pustaka bagi pihak yang membutuhkan.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran

Variabel, Instrumen Penelitian, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Relibilitas Instrumen Penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis, penguji hipotesis, dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian serta keterbatasan penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya.

