

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan sudah terbiasa mengutamakan dalam melayani segala tuntutan dari para pembeli. Dikarenakan sudah menjadi komitmen setiap perusahaan yang paling utama menjadi pendengar dari apa yang dibutuhkan konsumen agar para pimpinan perusahaan tertarik untuk meningkatkan penjualan atau pemasaran produknya. Untuk itu, dalam mencapai eksistensi yang dilakukan perusahaan dalam kegiatan pemasaran produk, sangatlah penting karena mempunyai peran penting untuk meningkatkan level ataupun memperkenalkan produk mereka. Tujuannya adalah agar meminimalisir segala kegiatan dan biaya agar efektif dan efisien.

Pada dasar melakukan aspek kegiatan pemasaran, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor faktor yang sangat potensial dalam hal meningkatkan volume penjualan produk perusahaan. Maka dari itu pertimbangan yang dilakukan harus yang sangat kontak dengan masyarakat langsung. Dalam aspek pemasaran, itu sangat berperan penting dalam kehidupan perusahaan, dengan bertujuan agar konsumen mempunyai niat beli sesuai dengan selera maupun yang diinginkan oleh konsumen. Dalam melakukan pemasaran produk yang efektif dan efisien hendaknya perusahaan mencari tau faktor apa yang berpengaruh pada penjualan barang tersebut. Dikarenakan penjualan sangat perlu kegiatan dari perusahaan, maka itu harus diutamakan dalam meningkatkan penjualan perusahaan adalah keputusan pembelian.

Keputusan pembelian yakni sesuatu pemahaman atau pengetahuan pribadi masyarakat dalam mengetahui setiap permasalahannya, mencari data barang serta memilah setiap barang tersebut layak atau tidaknya barangnya tersebut buat di konsumsi para konsumen. Peralatan itu menuju pada pergerakan alternatif keputusan pembelian (Tjiptono, 2014:21). Setiap produk yang dijual oleh perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian.

Promosi adalah suatu indikator digunakan industri untuk menghadirkan barang pada pembeli karena setiap penjual mesti memperkenalkan barang dari hasil produksi supaya bisa ditingkatkan mutu ketika berjualan mereka sehingga dengan melakukan kegiatan tersebut dapat meningkatkan laba perusahaan. Promosi ialah alat untuk mempengaruhi pikiran konsumen bertujuan konsumen mengenal suatu produk yang akan ditawarkan oleh produsen sehingga mempunyai keinginan untuk memutuskan pembelian terhadap suatu produk (Gitosudarmo, 2014:159-160). Dengan promosi maka perusahaan akan lebih efektif dan efisien untuk memasarkan produk mereka dengan melalui berbagai cara seperti periklanan di media sosial maupun melakukan pemasaran langsung ke masyarakat.

Selain promosi, kualitas produk juga bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk juga harus dipertimbangkan karena jikalau kualitas produk bagus maka bisa memberikan kesan pada hati konsumen sehingga mereka memiliki niat beli untuk produk yang dipasarkan oleh produsen. Kualitas produk ialah keandalan dari barang ketika dijalankan seperti ketahanan barang, kemudahan dan lain sebagainya. (Kotler dan Armstrong, 2015: 253) menjelaskan kualitas barang ialah

gambaran yang mempunyai mutu yang dimiliki atau kemampuan bertahannya suatu produk.

Selain promosi dan kualitas produk, kemasan bisa juga berpengaruh pada keputusan pembelian. Kemasan adalah suatu daya tarik konsumen yang bisa berpengaruh pada konsumen lainya dalam pembelian pada barang. Kemasan ialah wadah atau pembungkus atau desain produk yang menggambarkan bentuk struktur material, warna, citra dan bagian-bagian yang ada sebagai informasi produk agar dapat di pasarkan. Menurut Amstrong dalam (Pujiyanto, 2016:42) mengemukakan bahwa sebuah desain produk yang baik ialah bauran yang mendalam yang ada dalam didalam produk baik dari bentuk dan fungsi dari sebuah produk yang di pasarkan oleh podusen kepada konsumen.

Holand Bakery merupakan suatu industri yang bergerak dibidang kuliner barang makanan, berbagai dari makanan itu wajib memaasarkan pada konsumen buat menghadirkan produk yang dipunyai oleh mereka. Holland Bakery merupakan salah satu pelakon toko roti yang sudah dikenal modern di Indonesia sudah mempunyai 22 cabang yang luas lebih dari 400 outlet di Indonesia diantaranya ialah di Kota Batam. Holland Bakery merupakan satu dari beberapa pelakon awalbisnis roti terkemuka diIndonesia. Yang berdiri ditahun 1978, yang sekarang dijalankan oleh PT. Mustika Citra Rasa .Visi Holland Bakery ialah menjadikan produk Holland Bakery sebagai makanan pokok bagi masyarakat Indonesia dan Misi adalah mengembangkan produk-produk berkualitas tinggi, bergizi dan sehat untuk mengadaptasi selera Indonesia, membuka toko-toko mulai dari pusat sampai daerah terpencil agar dapat di akses secara nasional. Setiap bulan tingkat penjualan holland

bakery mengalami penurunan kecuali di hari libur besar seperti di akhir tahun maupun hari lebaran. Disebabkan minimnya aktivitas promosi yang dilakukan oleh manajerial sehingga hasrat beli konsumen menurun maupun konsumen tidak mengenali produk yang mana saha yang sudah dikirimkan ke outlet untuk dipasarkan oleh Holland Bakery. .

Tabel 1.1 Promosi produk

No	Tanggal	Nama produk	Diskon
1	2 September 2019	Roti curry puff	20%
2	10 September 2019	New york cheese cake	20%
3	13 September 2019	Portugis egg tart	20%
4	14 September 2019	Roti smear mocca dan roti smear mocca meises	20%
5	16 September 2019	Roti coklat susu	15%
6	20 September 2019	Brownies almond	20%
7	23 September 2019	New product bolu gulung keju	20%
8	26 September 2019	Cake bread keju	20%

Dengan data diatas dapat diketahui bahwa kegiatan pemasaran melalui promosi masih sangat minim dilakukan, pada bulan September promosi penjualan yang dilakukan hanya sembilan kali dalam sebulan, pada bulan Oktober hanya empat kali, November hanya delapan kali, pada bulan Desember hanya tiga kali, bulan Januari hanya satu kali, dan pada bulan Februari hanya dua kali dan juga produk yang promosikan ialah produk yang tertentu saja dan bernilai jual yang tinggi sehingga produk-produk lainnya tidak ada promosi dan konsumen tidak mengetahui apa saja produk lain yang di pasarkan dan produk makanan yang diinginkan oleh mereka yang mengakibatkan kurangnya niat terhadap konsumen.

Setelah itu, produk kuliner yang diproduksi Holland Bakery Cuma sebagian bisa dipertahankan dalam waktu yang tidak lama serta wujud kemas pula sangat

sederhana sehingga kuliner makanan terkadang yang sampai ke pembeli tidak cocok dengan yang diimpikan. Karena jika melihat dari segi kualitas dan kemasan produk makanan masih kurang memprihatinkan.

Tabel 1.2 Kemasan dan Kualitas Produk

No	Kategori produk	Nama produk	Kemasan	Kualitas
1	Roti konvensional	Roti curry puff	-	18 jam
2		Roti molen	-	18 jam
3		Roti kacang merah	-	18 jam
4		Roti coklat susu	-	18 jam
5		Roti pisang	-	18 jam
6	Roti sisir	Roti manis lonjong	-	18 jam
7	Taart standart	Black forest roll	Box	2 hari
8		White forest	Box	2 hari
9		Tiramisu taart	Box	2 hari
10		Tiramisu	Box	2 hari

Dari data diatas dengan demikian kualitas produk yang dihasilkan oleh holland bakery hanya dapat bertahan 1-2 hari sehingga produk yang tidak laku ataupun tidak terjual dikembalikan lagi keproduksi kemudian lewat dari masa tersebut produk tersebut tidak dapat di konsumsi lagi dikarenakan sudah basi atau tidak layak makan lagi.

Dengan adanya beberapa produk yang tidak menggunakan kemasan seperti plastik maka ada beberapa makanan yang hanya dapat dikonsumsi ditempat sehingga konsumen tidak dapat membawa pulang makanan yang telah dibelinya. Beberapa komplain dari kostumer yang mengatakan produk *cake taart* saat dibeli oleh konsumen rusak yang diakibatkan tertimpa alas box sehingga memberikan rasa kecewa pada konsumen, kualitas produk dan bentuk kemasan yang masih kurang diutamakan sehingga adanya barang rusak sehingga adanya rasa kekecewaan konsumen terhadap produk yang mereka beli, sehingga pihak holland bakery harus

meningkatkan kualitas produk dan bentuk kemasan yang akan mereka pasarkan kepada pembeli.

Tabel 1.3 Omset Penjualan

No	Bulan	Omset penjualan
1	Sep – 2020	Rp 277.338.900,00
2	Okt – 2020	Rp 283.074.931,00
3	Nov – 2020	Rp 262.489.650,00
4	Des – 2020	Rp 351.151.410,00
5	Jan – 2021	Rp 274.770.508,00
6	Feb – 2021	Rp 229.914.086,00
Total		Rp 1.678.739.485,00

Jika dilihat dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa tingkat penjualan holland bakery Batu Aji selama kurung 3 bulan terakhir mengalami penurunan, sehingga perusahaan harus meningkatkan kegiatan promosi agar konsumen mengetahui dan membeli produk-produk yang di pasarkan oleh perusahaan. Kemudian kualitas produk dan kemasan juga harus di perbaiki oleh pihak holland bakery dikarenakan banyak komplain dari konsumen mengenai makanan yang mereka beli yang rusak. Sehingga mengurangi daya beli konsumen akibat kurangnya kualitas produk yang dihasilkan.

Bersumber pada informasi serta data yang ada dan didukung dengan waktu serta peluang , sehingga peneliti memilah Holland Bakery Batam selaku termpat dalam melaksanakan riset serta bersumber latar belakang sebelumnya sudah dipaparkan, dari itu peneliti memiliki ketertarikan sehingga menetapkan judul “ **Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan *Packaging* terhadap Keputusan Pembelian Pada Holland Bakery Batam**”.

1.2 Identifikasi masalah

Dari latar belakang masalah dan rumusan masalah dipenelitian ini ialah:

1. Kegiatan pemasaran melalui promosi masih kurang maksimal.
2. Kurangnya kegiatan pemasaran melalui promosi
3. Kualitas produk masih kurang maksimal.
4. Kurangnya memaksimalkan kualitas produk yang tidak tahan lama
5. Kemasan masih kurang kuat .
6. Kurangnya standarisasi kemasan membuat adanya barang rusak.
7. Pelaksanaan kegiatan pemasaran masih sangat minim sehingga menyebabkan menurunnya tingkat penjualan.
8. Rendahnya tingkat keputusan pembelian sehingga mengakibatkan kegiatan pemasaran tidak sesuai target yang diharapkan.

1.3 Batasan Masalah

Dengan luasnya bidang kasus serta pembatasan tempat, waktu serta keahlian yang dimiliki peneliti yang ditemukan serta supaya ulasan kasus tidak sangat meluas, sehingga peneliti berinisiatif memberikan batasan setiap kasus penelitian hanya kepada kasus permasalahan Promosi, Kualitas Produk, Packaging, dan Keputusan Pembelian pada Holland Bakery SP Plaza cabang Batam

1.4 Rumusan Masalah

Dari permasalahan masalah rumusan masalah dipenelitian ini ialah:

1. Apakah Promosi mempengaruhi Keputusan Pembelian diHolland Bakery SP Plaza?

2. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Holland Bakery SP Plaza?
3. Apakah *Packaging* mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Holland Bakery SP Plaza?
4. Apakah Promosi, Kualitas Produk, *Packaging* mempengaruhi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Holland Bakery SP Plaza?

1.5 Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Holland bakery SP Plaza
2. Untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Holland Bakery SP Plaza
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *Packaging* terhadap Keputusan Pembelian pada Holland Bakery SP Plaza
4. Untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, *Packaging* terhadap Keputusan Pembelian pada Holland Bakery SP Plaza

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penulisan dipenelitian ialah diharapkan bisa memberikan wawasan serta pengalaman dan pengetahuan dalam strategi atau cara-cara memasarkan sebuah produk maupun untuk meningkatkan tingkat penjualan perusahaan yang berhubungan dengan Promosi, Kualitas Produk, *Packaging* dan Keputusan Pembelian.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti.

Merupakan pengalaman peneliti dalam mengembanguaskan teori pemasaran ialah jika ada pengaruh perusahaan memprioritaskan kegiatan pemasaran seperti Promosi dan meningkatkan Kualitas Produk serta memperhatikan bentuk kemasan dari setiap produk yang menghasilkan dari produsen untuk di pasarkan kepada setiap pasar sasaran..

2. Bagi Institusi

Diharapkan mampu memberkan informasi serta dapat menambah sumber maupun referensi bagi Mahasiswa dan Perpustakaan di Universitas Putera Batam.

3. Bagi Perusahaan

Agar mampu membina, memberi gagasan, serta tindakan sebagai aspek untuk melakukan kegiatan pemasaran untuk mempengaruhi niat beli masyarakat serta meningkatkan tingkat penjualan perusahaan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan mampu menambah kembangkan setiap variable yang sudah ada serta menjadikan sebuah referensi dalam melakukan penelitian sebagai sumber pengetahuan bagi pemakai dan pembaca bagi peneltian untuk di pelajari.