

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tantangan dan peluang bagi sebuah perusahaan sejalan bersama pertumbuhan pasar persaingan yang ada. Sebuah organisasi harus bisa bertahan dan harus mengerti apa yang diinginkan oleh konsumen agar perusahaan tersebut bisa bersaing. Karena saat ini banyak berdirinya perusahaan baru yang menawarkan produk sejenis. Jadi dengan banyaknya perusahaan baru maka semakin banyak juga persaingan. Dan dengan banyak kompetitor maka semakin banyak juga alternatif untuk konsumen dalam memilih barang yang diinginkan.

Untuk bisa sukses pada persaingan dalam bisnis, sebuah perusahaan harus mempunyai *strategy* serta *method* yang baik sesuai sifat serta kasus persaingan yang dihadapi, dan berupaya agar tercipta serta memberikan perhatian pada pelanggan lama. Menjaga pembeli agar tetap royal ialah faktor utama, karena biaya yang dibebankan untuk mendapatkan *customer* baru akan besar dibanding melakukan pertahankan terhadap pelanggan lama. Agar dapat mempertahankan *customer* agar tetap sedia dan tidak berpindah ke kompetitor lain pihak perusahaan harus melakukan inovasi baru sehingga adanya rasa ingin mencoba produk baru pada hati pelanggan sehingga membuat pelanggan pertimbangan kembali untuk bertransaksi.

PT Sinar Global Sukses adalah perusahaan yang menjual alat bangunan yang kualitasnya baik dan memiliki *benefit* yang baik dibandingkan dengan *product* saingan yang lain. PT Sinar Global Sukses berdiri pada tahun 2016 yang berlokasi

di Komplek Citra Indah Blok B1 No. 3A Batam Centre. Pada saat ini, PT Sinar Global Sukses adalah perusahaan kunci dalam distribusi barang bangunan terkait, seperti kawat petak, sekop, plastik cor dan lain-lain.

Dengan manajemen yang baik dan tenaga kerja yang ahli dalam bidangnya, kami bertanggungjawab dalam memberikan *innovative solution* serta keunggulan kepada *customer* kami. Produk kami dipilih dikarenakan kelebihan bersaing kami yang kuat, produk dengan kualitas tinggi. Kualitas produk dikatakan bagus, bisa diminati banyak pembeli jika memiliki kualitas yang baik. Barang bangunan termasuk barang yang berkualitas dan kualitas produk yang baik dikarenakan tidak cepat rusak atau memiliki ketahanan yang lama.

Menurut Firmansyah, (2019: 205) keputusan membeli adalah tindakan penyelesaian masalah yang dibuat pribadi dalam memilih perilaku dari beberapa *alternative* serta dianggap paling tepat sebagai tindakan membeli terutama dari tahap proses mengambil keputusan. Keputusan pembelian, *customer* memiliki tujuan dan keinginan yang ingin dicapai atau dipenuhi. Tahap pertama yaitu mengerti pada masalahnya. Langkah selanjutnya, muncul pertimbangan pada pilihan yang ada atau pilihan yang paling sesuai diambil. Berikutnya, memilih apa yang ingin dibeli. Selanjutnya produk yang dibeli, dipakai dan pemakai mengevaluasi ulang pada keputusannya. Pada sebagian pelanggan berpindah ke kompetitor lainnya dikarenakan produk yang di import dari luar negeri kualitasnya masih kurang. Seperti kawat petak yang kurang tebal, plastik cor yang mudah koyak dan lain-lain. Salah satu keunggulan dalam persaingan ini adalah kualitas produk yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk juga termasuk masalah

utama yang wajib dikejar oleh setiap perusahaan jika ingin produk yang dijual bisa bersaing dipasar dan memuaskan pelanggan yang menggunakannya serta tidak terpenuhinya keinginan konsumen yang menyebabkan tidak ingin lagi membeli produk di PT Sinar Global Sukses. Berikut statistik keputusan pembelian pada PT Sinar Global Sukses:

Tabel 1.1 Data Penjualan pada PT Sinar Global Sukses Tahun 2020

Bulan	Jumlah Pembeli	Persentase Jumlah Pembeli	Omset Penjualan	Persentase Omset Penjualan
Januari	8	7.41%	244.000.000	9.30%
Februari	3	2.78%	260.000.000	9.92%
Maret	8	7.41%	278.000.000	10.61%
April	10	9.26%	192.000.000	7.33%
Mei	7	6.48%	188.000.000	7.17%
Juni	5	4.63%	177.000.000	6.75%
Juli	11	10.19%	164.000.000	6.26%
Agustus	12	11.10%	180.000.000	6.87%
September	10	9.26%	172.000.000	6.56%
Oktober	9	8.33%	240.000.000	9.16%
November	11	10.19%	256.000.000	9.77%
Desember	14	12.96%	270.000.000	10.30%
Total	108	100.00%	2.621.000.000	100.00%

Sumber: PT Sinar Global Sukses (2020)

Berdasarkan tabel 1.1. di atas maka jumlah pembeli terbanyak terjadi pada bulan Agustus dan Desember dan jumlah terendah terjadi pada bulan Februari. Jumlah persentase pembeli tertinggi terjadi pada bulan Desember dengan persentase sebesar 12.96% dan jumlah terendah terjadi pada bulan Februari dengan persentase sebesar 2.78%. Kemudian omset penjualan di atas diambil kesimpulan bahwa jumlah produk yang dibeli konsumen tampaknya berfluktuasi pada PT Sinar Global Sukses pada bulan Januari, Februari, Maret, mengalami kenaikan, Sedangkan pada bulan April, Mei, Juni, July, Agustus Dan September malah terjadi

menurun, namun kembali mengalami kenaikan pada bulan Oktober, November dan Desember. Jumlah persentase omset penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret dengan persentase sebesar 10.61% dan jumlah terendah terjadi pada bulan Juli dengan persentase sebesar 6.26%. PT Sinar Global Sukses tentunya harus mengantisipasi penurunan penjualan produk ini dengan memeriksa penyebab penurunan penjualan produk.

Hertita, (2018: 75) menyatakan kualitas produk dikenal sebagai bagian dari pengalaman pelanggan. Apabila pelanggan memiliki pengalaman yang baik maka menandakan kualitas produk yang ada dipandangan pelanggan akan dikategorikan baik sehingga pelanggan akan setia terhadap produk yang sedang dipasarkan. Hal tersebut terjadi sebaliknya apabila pelanggan merasa pengalaman yang dimiliki kurang baik atau kecewa maka kualitas produk pada perusahaan tersebut dipersepsikan buruk. Terdapat banyak keluhan dan *return* barang dari pelanggan dikarenakan barang yang diterima pelanggan adalah produk cacat atau karatan dan keluhan kurangnya daya tahan pada produk yang dibeli. Perusahaan sering mendapatkan *feedback* mengenai kualitas produk yang diinginkan kurang sesuai dengan apa yang diberikan. Pihak perusahaan selalu pastikan produk sesuai dengan standar yang kita tetapkan agar menguntungkan kedua belah pihak, baik pelanggan maupun pelaku bisnis, tetapi produk yang dijual memang awalnya memiliki standar baik tetapi kualitas kurang terjamin karena jangka waktu pemakaiannya sangat pendek. Ketika kualitas produk yang didapatkan pelanggan kurang memuaskan, maka keputusan pembelian pada hari berikutnya mengalami penurunan seperti kawat petak yang kurang tebal, plastik cor yang mudah koyak

dan lain-lain. Beberapa kelebihan di saingan yaitu produk berkualitas dan bisa memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk adalah hal berharga yang perlu diupayakan oleh seluruh perusahaan jika ingin produk yang diproduksi bisa berkompetisi di *market*.

Dengan ketatnya persaingan, strategi promosi yang tepat juga dapat membentuk keputusan pembeli dalam membeli sebuah produk. Faktor tersebut sangat berpengaruh agar pembeli berminat untuk membeli produk karena promosi yang diberikan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang didapatkan. Berikut jenis promosi yang diterapkan oleh PT Sinar Global Sukses berupa:

Tabel 1.2 Jenis Promosi PT Sinar Global Sukses

No	Jenis Promosi	Keterangan
1	Penjualan Pribadi	Ada
2	Promosi Penjualan	Ada
3	Pemasaran Langsung	Ada

Sumber: PT Sinar Global Sukses (2019)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas jenis promosi yang dilakukan PT Sinar Global Sukses adalah yang pertama yaitu penjualan pribadi keterangan ada, contohnya melakukan penjualan pribadi secara tatap muka dengan pelanggan, yang kedua yaitu promosi penjualan keterangan ada, contohnya memberikan potongan harga kepada pelanggan, yang terakhir yaitu pemasaran langsung keterangan ada, contohnya pembeli dapat berinteraksi dengan penjual melalui telepon untuk menciptakan informasi yang tepat. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi memang layak untuk diteliti. Dari sinilah diharapkan mengadakan promosi secara sistematis agar dapat memberikan pengaruh pada peningkatan penjualan. Pihak perusahaan sudah menjalankan beberapa promosi menarik tetapi

seperti hasil pada table 1.1 diatas, hasil yang diinginkan masih kurang sesuai. Masih banyak sekali pelanggan tidak mengenal perusahaan ini, sehingga mempersulit pelanggan untuk bertransaksi dengan perusahaan. Tindakan yang mungkin perlu dilakukan dapat membagikan beberapa brosur agar pelanggan mengenal sama perusahaan ini. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti berminat mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sinar Global Sukses”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Uraian masalah penelitian pada latarbelakang diatas, maka masalah pada studi diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kualitas Produk yang *diimport* dari luar negeri kualitasnya masih kurang.
2. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh PT Sinar Global Sukses dalam membagikan brosur-brosur kepada badan usaha.
3. Keputusan pembelian berkurang dikarenakan kurangnya kualitas produk dan promosi.

1.3 Batasan Masalah

Suatu penelitian yang baik perlu dilakukan pembatasan masalah agar penelitian dapat memiliki hasil yang akurat. Batasan permasalahan dibatasi antara lain:

1. Membatasi produk yang di jual oleh PT Sinar Global Sukses seperti kawat petak, plastik cor.
2. Populasi adalah pelanggan yang sudah memakai produk pada PT Sinar Global Sukses seperti kawat petak, plastik cor dll.

1.4 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang dikaji pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai pernyataan dibawah:

1. Apakah keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk pada PT Sinar Global Sukses?
2. Apakah keputusan pembelian dipengaruhi oleh promosi pada PT Sinar Global Sukses?
3. Apakah keputusan pembelian secara simultan dipengaruhi oleh kualitas produk dan promosi pada PT Sinar Global Sukses?

1.5 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dijalankan memiliki maksud dan tujuan berjalannya penelitian tersebut. Penelitian yang dijalankan ini memiliki maksud agar:

1. Agar dapat memberikan gambaran apakah keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk pada PT Sinar Global Sukses.
2. Agar dapat memberikan gambaran apakah keputusan pembelian dipengaruhi oleh promosi pada PT Sinar Global Sukses.
3. Agar dapat memberikan gambaran apakah keputusan pembelian secara simultan dipengaruhi oleh kualitas produk dan promosi pada PT Sinar Global Sukses.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dijalan dengan maksud agar memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan yaitu:

1.6.1 Secara Teoritis

Adapun manfaat teoritis pada penelitian yaitu :

1. Penambahan wawasan atas variabel yang diteliti merupakan kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian.
2. Dapat dijadikan panduan dasar bagi masyarakat yang ingin mengetahui informasi kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian.

1.6.2 Secara Praktis

Pada penelitian yang dikaji memiliki manfaat praktis seperti berikut:

1. Bagi Objek Penelitian
Penelitian yang dikaji ini bermaksud agar dapat menjadi referensi bagi perusahaan-perusahaan terkait dalam proses menetapkan kebijakan baru yang dapat membawa pengaruh pada keberlangsungan hidup perusahaan.
2. Bagi Penulis
Penelitian yang dikaji ini bermaksud agar dapat menjadi referensi bagi penulis agar dapat mengetahui dasar-dasar atas variabel yang diteliti sehingga mempermudah penulis untuk melakukan pengerjaan atas tugas akhir.
3. Bagi Pihak Kampus Universitas Putera Batam
Penelitian yang dikaji ini bermaksud agar dapat menjadi referensi bagi pihak universitas agar dapat menjadi bahan bagi calon peneliti yang berminat untuk menjalankan penelitian lebih mendalam mengenai variabel yang diteliti.