

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan usaha di dunia bisnis saat ini semakin kompetitif. Setiap perusahaan berusaha semaksimal mungkin dalam menawarkan dan mempromosikan berbagai jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing sehingga menimbulkan persaingan perusahaan yang sejenis khususnya perusahaan elektrik dalam persaingan usaha para pesaing tentunya ingin menjadi pemenang. Seperti yang kita ketahui saat ini semakin banyak perusahaan yang bersaing dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga menyebabkan setiap perusahaan harus menjadikan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama. Hal tersebut juga terjadi pada perusahaan yang bergerak pada bidang elektrik, dalam pembahasan ini akan menuju pada perusahaan penjualan produk elektrik berupa lampu.

Pada umumnya lampu digunakan untuk memberikan penerangan serta percantikan baik ruangan *indoor* maupun *outdoor*. Seiring dengan adanya peningkatan kebutuhan konsumen terhadap produk tersebut, perusahaan lampu saat ini juga semakin banyak, dengan jenis produk yang bervariasi disertai dengan berbagai macam metode promosi untuk memenuhi berbagai macam permintaan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan pada masa kini harus lebih memahami cara konsumen dalam mengambil keputusan membeli, agar dapat memengaruhi keputusan akhir konsumen tersebut. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, pada umumnya pihak konsumen akan melakukan evaluasi

dengan cara mencari informasi dari berbagai sumber untuk mengenal produk tersebut, supaya dapat lebih memastikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk. Tahap-tahap yang dapat dilakukan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembeli, perilaku pasca pembelian (Wakidah, 2015).

Pada penelitian ini akan membahas permasalahan tentang pengaruh faktor diversifikasi produk dan promosi terhadap keputusan membeli dengan obyek penelitian berupa perusahaan PT Golden Visalux Batam.

PT Golden Visalux Batam merupakan distributor lampu merek Visalux yang berdiri pada tahun 2009, tepatnya pada tanggal 28 Mei 2009. Seiring berkembangnya perusahaan dan perluasan pemasaran PT Golden Visalux membuka cabang di Pekanbaru pada tahun 2010. Pembukaan cabang ini untuk memudahkan penyaluran produk ke daerah luar Batam terutama di pulau Sumatra dan Jawa, karena jika pengiriman produk dari Batam ke luar pulau akan memerlukan waktu yang lebih lama dan biaya pengiriman yang besar. Dengan meluasnya pemasaran produk di berbagai wilayah Indonesia, kemudian pada tahun 2012 PT Golden Visalux Batam membuka cabang di Jakarta. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pengiriman produk ke berbagai kota di wilayah Indonesia bagian tengah dan timur seperti Kalimantan, Bali, NTT, dan Papua.

Manusia selalu tidak puas dengan apa yang telah ada, begitu juga dengan konsumen yang selalu merasa tidak puas dengan varian produk yang telah ada dan menginginkan jenis produk yang baru dalam memenuhi kebutuhan. Untuk itu

perusahaan perlu melakukan diversifikasi produk agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Perusahaan yang melakukan diversifikasi produk dapat memberikan alternatif pilihan yang lebih banyak kepada konsumen untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan terhadap produk tersebut. Oleh sebab itu, dengan adanya diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak perlu bergantung pada keuntungan terhadap satu jenis produk saja tetapi juga dapat mengandalkan pendapatan dari jenis produk lainnya.

PT Golden Visalux memproduksi dua jenis lampu diantaranya LED dan LHE. Adapun tipe-tipe lampu LED yaitu LED LS, LED Smart, LED UFO, LED LSM, LED LST, LED LSS & LED LSG, sedangkan tipe lampu LHE terdiri dari Compact, Twist, 2U, 3U, 4U dan GL. PT Golden Visalux selalu melakukan usaha diversifikasi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan adanya diversifikasi produk ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang berada diberbagai segmen pasar. Akan tetapi dalam diversifikasi produk ini perusahaan PT Golden Visalux hanya melakukan diversifikasi pada produk LHE dan LED saja, masih belum melakukan diversifikasi pada produk lain contohnya Panel Light, Down Light, Lampu Halogen dan Lampu TL. Karena hal tidak terpenuhinya kebutuhan sebagian konsumen akibat dari kurangnya diversifikasi produk, menyebabkan sebagian konsumen PT Golden Visalux Batam teralih ke perusahaan lain yang secara langsung memengaruhi pendapatan perusahaan tersebut.

**Tabel 1. 1** Penjualan Lampu Periode Tahun 2014 s.d Tahun 2017

No	Tahun	Jumlah Penjualan (Pcs)
1	2014	280.429
2	2015	295.418
3	2016	264.221
4	2017	245.425

**Sumber:** PT Golden Visalux, 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa PT Golden Visalux terjadi peningkatan dan penurunan penjualan lampu dalam 4 tahun terakhir, yang di mana pada tahun 2014 tercatat 280.429 pcs lampu, pada tahun 2015 tercatat 295.418 pcs lampu, pada tahun 2016 tercatat 264.221 pcs lampu dan pada tahun 2017 tercatat 245.425 pcs lampu.

Selain diversifikasi produk faktor lain yang dapat secara langsung memengaruhi keputusan membeli yaitu promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Secara umum promosi berupa salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta meningkatkan kualitas penjualan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan. Promosi bersifat membujuk sasaran untuk membeli barang/jasa. Dengan cara promosi, perusahaan dapat membangun komunikasi yang baik dengan konsumen.

Kegiatan promosi yang dapat dilakukan perusahaan berupa *advertising* (periklanan), *sales promotion* (promosi penjualan), *public relationship* (hubungan masyarakat dan publisitas), *personal selling* (penjualan personal), *direct marketing* (pemasaran langsung) (Ekasari, 2014). Alat promosi dapat berupa potongan harga, kupon belanja, undian dan hiburan. Untuk melakukan kegiatan

promosi dibutuhkan anggaran biaya yang besar yang dikeluarkan oleh perusahaan sehingga promosi dapat berjalan dengan baik. Dengan kegiatan promosi yang baik akan menghasilkan suatu yang menguntungkan bagi perusahaan seperti adanya peningkatan terhadap volume penjualan. Apabila perusahaan tidak melakukan promosi maka pemasaran produk akan lebih lambat karena masyarakat membutuhkan waktu yang lebih lama untuk mengenal produk tersebut. Dengan demikian promosi sangatlah membantu bagi manajemen perusahaan untuk dalam meningkatkan penjualan.

Dengan banyaknya beredar produk lampu yang sejenis saat ini mengharuskan PT Golden Visalux Batam membuat kebijakan-kebijakan promosi supaya dapat bersaing dengan produk lainnya. Namun, cara promosi yang di buat oleh pihak PT Golden Visalux Batam dari tahun ke tahun tidak terdapat perubahan yang menonjol, yang menyebabkan pihak konsumen tidak lagi tertarik dengan promosi yang ditawarkan. Pihak konsumen selalu menginginkan tawaran promosi yang baru, akan tetapi anggaran perusahaan pada bagian tersebut sangat terbatas sehingga pihak manajemen bagian pemasaran sulit untuk melakukan promosi yang baru dan menarik kepada para konsumen. Selain itu, target yang ditetapkan oleh perusahaan untuk konsumen supaya mendapatkan promo tersebut terlalu tinggi jadi konsumen sulit untuk mencapainya serta imbalan yang diterima seakan-akan terasa tidak sebanding dengan usaha pencapaian target, sehingga lama kelamaan cara promosi tersebut tidak lagi menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan Penjelasan diatas peneliti memutuskan untuk meneliti **”Pengaruh Diversifikasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Lampu pada PT Golden Visalux Di Kota Batam”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diambil identifikasi sebagai berikut:

1. Perbandingan terhadap berbagai produk sejenis mempengaruhi pengambilan keputusan membeli.
2. Kurangnya diversifikasi produk yang menyebabkan tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
3. Kurangnya ide promosi dalam kegiatan pemasaran produk menyebabkan konsumen beralih ke perusahaan lainnya yang lebih menguntungkan bagi konsumen.

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang dilakukan oleh peneliti untuk mempermudah dan memperjelas objek yang diteliti supaya penelitian tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, untuk itu dalam penelitian ini peneliti membatasinya diversifikasi produk dan promosi terhadap keputusan membeli lampu pada PT Golden Visalux hanya di kota Batam dan pada periode Maret 2014 sampai dengan Maret 2017.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dituangkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan membeli lampu pada PT Golden Visalux di Kota Batam.
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan membeli lampu pada PT Golden Visalux di Kota Batam.
3. Apakah terdapat pengaruh diversifikasi produk dan promosi terhadap keputusan membeli lampu pada PT Golden Visalux di Kota Batam.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dapat dirinci tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian lampu pada PT Golden Visalux di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian lampu pada PT Golden Visalux di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh diversifikasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian lampu pada PT Golden Visalux di Kota Batam.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini antara lain:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi kepada pembaca atau peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa mendatang, sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi pembaca, menambah wawasan secara ilmiah dalam bidang ilmu manajemen dan mengimplentasikan teori yang sudah diterima ke dalam dunia bisnis yang nyata serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### **1. Bagi Perusahaan**

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan tentang ketentuan harga, kelengkapan produk dan melakukan promosi dengan sehat agar dapat diimplementasikan menginformasikan harga secara riil dan secara langsung menjelaskan produk kepada konsumen serta membuat promosi yang lebih kreatif idenya untuk masa yang akan datang.

#### **2. Bagi Peneliti**

Sebagai suatu hasil karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan meneliti di bidang yang sama.