

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, persaingan sudah sangat umum terjadi, karena persaingan bisnis saat ini semakin lama semakin ketat, maka menuntut setiap perusahaan harus saling berkompetensi, terdapat beberapa tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya perusahaan di tunut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima pasar. Hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah penetapan harga, kualitas produk, saluran distribusi dan volume penjualan.

Menurut She & Anne (2017) Penetapan harga merupakan suatu ketentuan harga yang harus ditetapkan untuk diawal. penatapan harga merupakan manfaat atau cara yang membuat keberhasilan operasi yang membuat keuntungan dan tidak keuntungan pada organisasi. Harga merupakan suatu kumpulan pemasaran yang membuat pendapatan bagi perusahaan.

Menurut Alfred (2013) Menjelaskan bahwa *Pricing must look at the reaction of the marketing mix and the reaction of consumers. In official use, these consumers see prices as an indicator of the quality of products or services and also compare costs and uses / feel through customer consumption.* artinya Ketetapan harga harus melihat reaksi bauran pemasaran dan reaksi konsumen, Dalam penggunaan resmi, konsumen tersebut melihat harga sebagai indikator

kualitas produk atau layanan dan juga membandingkan biaya serta kegunaannya atau di rasakan melalui konsumsi pelanggan.

Kualitas produk merupakan bagian yang tak kalah penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena sangat berdampak terhadap volume penjualan, dimana ketika kualitas produk pada sebuah perusahaan sangat memuaskan secara otomatis akan memberi kesan yang baik terhadap pembeli, sehingga pembeli akan melakukan pembelian ulang dan terjadilah peningkatan volume penjualan.

Menurut (Kasman, 2015) Saluran Distribusi adalah sebuah organisasi yang saling berhubung dan saling terlibat dalam proses menyalurkan barang dan jasa kepada konsumen maka dapat menguntungkan pelanggan serta memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Partina, Wibowo, & Sulisyowati (2017) volume penjualan adalah seluruh penjualan yang dinilai melalui penjualan perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai keuntungan yang maksimal. Sehingga dapat membuat perusahaan berkembang. Strategi meningkat volume penjualan Perusahaan tersebut harus membuat penetapan harga serta membuat barang yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh Mokal & Tumbel (2015) membuktikan bahwa kualitas produk, harga, distribusi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan. kualitas produk, harga, distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

PT. Multi Technindo merupakan perusahaan Bidang Penjualan Barang Sparepart yang berupa seperti *Belting, Bearing, Conveyor Belt, Seal* dan lain-lain yang telah melaksanakan penetapan harga dan kualitas produk yang baik, yang lumayan menjanjikan keberhasilan pada perusahaan tersebut perusahaan.

Didalam Perusahaan PT.Multi Technindo penetapan harga berperan penting karena adanya pengaruh pesaing, jadi penetapan harga tersebut harus diterapkan dan juga dibekali dengan kualitas produk yang tinggi, maka ketika pelanggan membeli produk tersebut maka pelanggan merasakan kepuasan pada produk tersebut dikarenakan harga yang cukup murah dan kualitas produk yang sangat memuaskan, maka sang pelanggan akan bercerita orang tentang produk yang dia beli tersebut maka terjadinya promosi secara tidak langsung dan pelanggan tersebut otomatis melakukan repeat order dan dengan ini maka terjadinya peningkatan penjualan produk .

Agar volume penjualan meningkat maka perusahaan PT.Multi Technindo harus mencari informasi harga produk lain yang di jual di pasaran, sesudah mencari informasi Perusahaan PT. Multi technido harus membanding harga produk yang dijual dan mengubah harga tersebut, maka perusahaan bisa mampu bersaing di pasaran dan agar konsumen bisa membeli barang ke kita dan meng repeat order kembali secara terus-menerus.

Didalam Perusahaan PT.Multi Technindo sisi masalahnya adalah penetapan harga dan kualitas produk karena dalam menjual produk harga dan kualitas produk sangat penting karena adanya penetapan harga yang bagus dan kualitas produk yang bagus maka pelanggan akan terus meng *repeat* orderan ke kita, jika

penetapan harga tidak bagus dan kualitas produk tidak bagus, maka pelanggan tersebut tidak akan mengrepeate order barang lagi.karena sudah kecewa kepada perusahaan PT.Multi Technindo Dikarena penetapan harga yang berubah-berubah dan kualitas produk tidak bagus.maka tingkat penjualan merosot dan menurun karena penetapan harga dan kualitas produk yang tidak bagus dan pelanggan, mencari perusahaan lain dan tidak mencari ke perusahaan kita lagi.karena akibat penetapan harga yang berubah berubah dan Tidak konsisten.

1.1 Data perbandingan Harga Produk Belting Mitsuboshi Dan Bando

Perusahaan	Produk	Harga
PT. Multi Technindo	Mitsuboshi	55000
PT. Sls Bearing	Bando	50000

Sumber: PT. Multi Technindo

Harga Produk Perusahaan PT.Multi Technindo Mahal Di mata konsumen karena segi produk perusahaan PT.Multi Technindo kualitas sedang ,tapi harganya tinggi dikarenakan tidak ada persediaan barang maka barangya tersebut harus di order dari supplier atau vendor. Maka harga produk PT.Multi Technindo mahal karena barang produk tersebut harus dikirim dan dikenakan biaya yang mahal karena menggunakan saluran distribusi.

Rantai pasok perusahaan PT.Multi Technindo masih ribet dikarena sistemnya dan penetapan harga yang berubah-ubah, maka pelanggan tersebut tidak bisa menjangkau penetapan harga yang tidak berubah berubah. dikarena

sistem penetapan perusahaan PT.Multi Technindo Bisa berubah setiap saat dan tanpa kita ketahui.

Didalam Perusahaan PT.Multi Technindo Tidak adanya sistem penetapan harga dikarena sistemnya masuk produk tersebut harganya naik maka penetapan harga akan direvisi dan diubah maka penetapan harga baru dibuat.Dan penetapan harga bisa berubah dilihat dari segi harga produk yang baru masuk.

Kualitas Produk Perusahaan PT.Multi Technindo masih tergolong kualitas produk standard. karena pelanggan yang membeli produk pada PT.Multi Technindo, MengKomplain Produk tersebut yang baru beli ternyata produk tersebut yang dibeli sudah tidak bisa dipakai lagi. Maka pelanggan tersebut tidak merepeat order produk tersebut dikarenakan kualitas yang standard tidak tergolong kualitas yang bagus. Kualitas Produk Pada perusahaan PT.Multi Technindo masih belum bisa bersaing dikarenakan produk yang masuk kualitas standard dan sedangkan produk perusahaan lain tersebut kualitas bagus dikarenakan pelanggan membeli produk pada perusahaan tersebut dan mencoba menggunakan produk tersebut rupanya pemakaian produk yang dibeli perusahaan lain lebih lama dibandingkan produk perusahaan PT.Multi Technindo.

1.2 DataTabel Perbandingan Produk Belting Mitsuboshi Dan Bando

Perusahaan	Produk	Kualitas Produk
PT. Multi Technindo	Mitsuboshi	Kurang bagus, karena cepat melar dan kualitas produknya tidak tahan lama
PT. Sls Bearing	Bando	Bagus, karena tidak cepat melar dan kualitas produk bagus dan tahan lama

Sumber: PT. Multi Technindo

Volume penjualan Perusahaan PT.Multi Technido meningkat pada awal tahun saja, karena awal tahun banyak pelanggan yang mengorder produk setelah di pertengahan dan diakhir tahun volume penjualan tersebut mulai menurun Volume penjualan Perusahaan PT.Multi Technido tidak stabil dikarenakan pelanggan yang mengoder barang tersebut tidak terus menerus (tidak banyak yang melakukan *re order*) dan waktu pemesanan kembali cukup lama dan perputaran penjualan cukup lambat.

Volume Penjualan Perusahaan PT.Multi Technido tidak ada perkembangan tetapi malah menurun terus menerus. Dikarenakan penetapan harga yang tidak mampu bersaing dipasaran dan kualitas produk yang standard maka perusahaan PT.Multi Technido dari segi volume penjualan tidak ada perkembangan dan terus menerus penurun.Walaupun sudah membuat perubahan dan membuat strategi penetapan harga tetapi masih gak mampu bersaing dipasaran.

1.3 Data Penjualan Dari Bulan Januari 2018 sampai Bulan Juni

Data Penjualan perusahaan (6 bulan)						
Bulan	May	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
Jumlah pelanggan	50	45	30	28	25	23
Jumlah Penjualan	945. 155. 622.	923. 343. 745.	823. 643 .081.	820. 097. 715.	791. 225. 322	662. 651. 092.

Sumber: PT. Multi Technido

Berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh Tamunu & Tamewu (2014), *Analyzing the influence of price and product quality on buying decision*, membuktikan bahwa semua variabel independen (harga, dan kualitas produk) secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian variabel dependen.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang: **“PENGARUH PENETAPAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. MULTI TECHNINDO DI KOTA BATAM”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Penetapan Harga Produk belum Konsisten (cepat berubah-ubah)
2. Harga produk pada kurang diminati oleh konsumen karena harganya lebih mahal dari pesaing sejenis.
3. Penetapan Harga produk disesuaikan dengan harga dariii supplier atau vendor karena tidak mengorder langsung ke pabrik.
4. Kualitas produk pada PT.Multi Technindo masih tergolong kualitas standard.
5. Kualitas produk tidak sanggup bersaing
6. Pengorderan barang dari konsumen tidak terjadi terus-menerus (*repeat order*)
7. Volume penjualan pada PT.Multi Technindo mengalami penurunan
8. Jumlah pelanggan PT.Multi Technindo mengalami penurunan

1.3 Pembatasan Masalah

Dari permasalahan-permasalahan yang telah teridentifikasi diatas, penulis akan melakukan pembatasan supaya pembahasannya lebih fokus. Penelitian dibatasi pada konsumen yang berdomisili di wilayah Kota Batam. Variabel yang akan diteliti mengenai penetapan Harga dan kualitas produk terhadap Volume Penjualan Produk pada PT. Multi Technindo. Maka peneliti perlu membatasi masalah penelitian yaitu: (X1) Penetapan Harga, (X2) Kualitas Produk dan (X3) saluran distribusi sebagai variabel bebas (independent variables), dan (Y) Volume Penjualan sebagai variable terikat (dependent variables).

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Penetapan Harga secara parsial terhadap Volume Penjualan Produk pada PT. Multi Technindo di Kota Batam?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas produk secara parsial dengan Volume Penjualan pada PT. Multi Techindo di Kota Batam?
3. Bagaimana Pengaruh Saluran distribusi secara parsial dengan Volume Penjualan pada PT. Multi Techindo di Kota Batam?
4. Bagaimana Pengaruh Penetapan Harga, kualitas produk dan saluran distribusi secara simultan terhadap volume Penjualan pada PT. Multi Tecnindo di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Penetapan Harga secara parsial terhadap Volume Penjualan pada PT. Multi Technindo.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk secara parsial terhadap Volume Penjualan pada PT. Multi Technindo.
3. Untuk mengetahui pengaruh antar saluran distribusi secara bersamaan terhadap Volume Penjualan pada PT. Multi Technindo.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Penetapan Harga, kualitas produk dan saluran distribusi secara simultan terhadap volume Penjualan pada PT. Multi Technindo.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Penulis

Memberikan pengetahuan mengenai penetapan harga, kualitas produk dan saluran distribusi terhadap volume penjualan dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 di Universitas Putera Batam.

2. Penulis lainnya

Memberikan informasi kepada peneliti lain yang ingin mengkaji dalam bidang yang sama:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi manajemen perusahaan PT. Multi Technindo

2. Bagi Fakultas / Universitas

Agar dapat dijadikan referensi pada pengembangan studi mengenai pemasaran.

1.6.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dalam mengkaji penerapan pemasaran, terutama memberikan gambaran tentang kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada PT.

Multi Technindo:

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi manajemen perusahaan PT. Multi Technindo.

2. Bagi Fakultas/ Universitas

Agar dapat dijadikan referensi pada pengembangan studi mengenai pemasaran