

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa persaingan dunia bisnis yang semakin ketat ini, terutama dalam usaha penjualan produk maupun jasa. Sehingga menuntut perusahaan supaya lebih cermat dalam menentukan kualitas produk dan harga yang dijual supaya bisa menghadapi persaingannya. Adapun pengertian harga menurut Amilia & Asmara (2017: 662) adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Perusahaan juga dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasi strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat tercipta loyalitas yang tinggi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Maka bisa dikatakan kualitas produk sangat penting dalam dunia bisnis. Menurut Amilia & Asmara (2017: 663) kualitas produk merupakan salah satu alat yang digunakan oleh para pemasar untuk menentukan positioning produknya di pasar

Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan bisnis adalah salah satu indikator bahwa perusahaan mampu tetap berdiri di tengah persaingan yang ketat ini. Jika kita menoleh ke belakang apa tujuan dari pendirian dan pelaksanaan suatu bisnis, yaitu untuk mendapatkan keuntungan maksimal melalui keuntungan penjualan yang didapat. Perusahaan dikatakan berhasil atau berhasil mencapai tujuannya jika perusahaan mampu memaksimalkan keuntungan yang diperoleh dari biaya yang dikeluarkan.

Pada masa persaingan yang ketat ini ada beberapa bisnis yang berkembang, salah satunya adalah bisnis kaca dan aluminium yang menjadi perhatian di kota Batam. Penulis dapat merasakan dan melihat bisnis kaca dan aluminium yang sangat berkembang di masa sekarang karena semakin berkembangnya kota Batam yang membutuhkan aluminium dan kaca. Selain bentuk dan kualitas produk, keindahan dan berbagai bentuk gaya produk juga menjadi pilihan dalam mempertimbangkan penggunaan produk ini. Jadi penting bagi perusahaan untuk menyediakan produk berkualitas dengan berbagai pilihan warna dan warna sesuai dengan tingkat penyalarsan produk. Mengingat populasi yang semakin padat menggambarkan bahwa menggunakan kaca dan aluminium sebagai bahan untuk pembangunan perumahan adalah salah satu bisnis yang benar-benar perlu dikembangkan dan dipelihara.

PT Barelang Gypsum Perkasa adalah satu perusahaan yang bergerak diusaha penjualan produk aluminium dan kaca sejak tahun 2012 di kota Batam. PT Barelang Gypsum Perkasa terus berkembang baik dengan memberikan kualitas aluminium dan kaca impor yang berketebalan bagus untuk memenangkan persaingan dalam perusahaan sejenis tetapi kurangnya pilihan motif pada PT Barelang Gypsum membuat konsumen menjadi kurang tertarik untuk belanja dan lari ketempat pesaing yang memiliki banyak pilihan motif aluminium. Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang aluminium dan kaca di kota Batam menjadi saingan untuk PT Barelang Gypsum Perkasa, seperti PT Global Aluminium Asia, PT Lotus Glasindo, PT Sri Indah Kaca, Linda Aluminium dan Prima Danta Abadi dalam meyakinkan konsumen untuk membeli produk

perusahaan. Maka penting bagi pihak perusahaan untuk terus mengembangkan kualitas produk dan melakukan penyesuaian harga agar penjualan perusahaan bisa bertahan dan bersaing dengan berbagai kompetitor juga memungkinkan penjualan untuk terus meningkat.

Menghadapi beratnya persaingan dalam bidang pemasaran aluminium dan kaca, maka penetapan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang bermutu menjadi keharusan untuk dipromosikan kepada konsumen. Pentingnya penetapan harga dan kualitas produk menjadi keunggulan bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualannya. Semakin murah suatu produk dengan kualitas yang bermutu maka akan lebih meyakinkan konsumen untuk membelinya. Semakin sering suatu produk dipromosikan kepada konsumen dengan memperbaiki dan menjamin kualitas produk, maka konsumen akan merasa termotivasi untuk memiliki produk tersebut. Atas dasar ini, pihak PT Barelang Gypsum Perkasa mengetahui bahwa untuk meningkatkan penjualan, maka harga dan kualitas produk menjadi hal penting dalam memengaruhi pengambilan keputusan pembelian produk oleh konsumen. Bauran promosi menjadi sebuah hal yang diutamakan dalam melakukan pengenalan suatu produk ke konsumen untuk mengambil keputusan pembelian produk. Pada umumnya, konsumen yang ingin melakukan pembelian sebuah produk selalu mencari tahu informasi produk yang tujuannya untuk melakukan perbandingan dan melakukan tinjauan langsung sesuai dengan bentuk promosi yang menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian. Berikut data hasil penjualan

produk di PT Bareleng Gypsum Perkasa selama 9 bulan terakhir pada tahun 2018 sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Hasil Penjualan PT Bareleng Gypsum Perkasa

No	Bulan	Total Penjualan	Jumlah Konsumen	
			Tetap	Umum
1	Januari	Rp 546.900.100	46	63
2	Februari	Rp 523.223.000	47	66
3	Maret	Rp 496.240.000	44	52
4	April	Rp 523.400.200	56	61
5	Mei	Rp 456.020.000	44	50
6	Juni	Rp 423.525.000	45	53
7	Juli	Rp 443.202.000	53	56
8	Agustus	Rp 412.060.100	47	60
9	September	Rp.425.220.000	51	55
Total		Rp 4.249.790.400	433	516

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2018)

Berdasarkan pada tabel 1.1 dapat kita ketahui bahwa penjualan PT Bareleng Gypsum Perkasa tahun 2018 mengalami penjualan yang kurang stabil. Hasil penjualan tertinggi PT Bareleng Gypsum Perkasa adalah bulan Januari dan hasil penjualan terendah adalah bulan Agustus. Hal itu ditunjukkan dengan adanya hasil penjualan yang berfluktuasi tiap bulannya. Fluktuasi penjualan yang dialami oleh PT Bareleng Gypsum Perkasa dari tiap bulan pada periode tahun 2018 memberikan gambaran bahwa tingkat penjualan memiliki kecenderungan yang tidak tetap dalam melakukan pembelian di PT Bareleng Gypsum Perkasa. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pesaing yang bermunculan dalam usaha bidang aluminium dan kaca dan menawarkan produk dengan kualitas yang melakukan promosi yang besar dari PT Bareleng Gypsum Perkasa dan harga yang

lebih murah sehingga membuat konsumen PT Bareleng Gypsum Perkasa berpindah tempat ke arah pesaing.

Sedangkan produk yang ada di PT Bareleng Gypsum Perkasa merupakan produk yang tingkat kualitasnya masih dikatakan standar dan jika dibandingkan dengan pesaing masih sangat kurang. Hal yang membedakan adalah produk-produk yang dijual oleh PT Bareleng Gypsum Perkasa memiliki tingkat ketebalan produk yang kurang baik sedangkan untuk motif dan design produk masih kurang.

Selain permasalahan kualitas produk, PT Bareleng Gypsum Perkasa juga menetapkan harga sedikit lebih tinggi dibanding pesaing lainnya yang menjalankan usaha yang sama. Selisih harga PT Bareleng Gypsum Perkasa dengan pesaing lainya sekitar Rp 5.000 sampai dengan Rp 20.000. Jika pembelian dalam volume yang banyak, maka keselisihan harga tersebut akan sangat diperhitungkan dan dibandingkan oleh konsumen. Berikut ini adalah daftar harga produk di PT Bareleng Gypsum Perkasa (PT BGP) dengan PT Global Aluminium Asia (PT.GAA):

Tabel 1. 2 Daftar Harga di PT BGP dan di PT GAA

Produk	Harga Produk PT BGP	Harga Produk PT GAA
Hollow 1 x 1 WPC	Rp 72.000	Rp 70.000
Hollow 1 x 2 WPC	Rp 120.000	Rp 115.000
Hollow 1 x 3 WPC	Rp 160.000	Rp 155.000
Hollow ½ x 1 WPC	Rp 55.000	Rp 52.000
Inner W/o beading & Big Outer WPC	Rp 110.000	Rp 110.000
Bahan Jendela Sliding WPC	Rp 850.000	Rp 850.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa harga produk PT Barelang Gypsum Perkasa lebih mahal dibanding toko aluminium lainnya. Dari hasil data survei awal yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah dengan kualitas produk dan harga produk pada tingkat penjualan di PT Barelang Gypsum Perkasa.

Sehingga berdasarkan uraian masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh dengan judul **“Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan Pada PT Barelang Gypsum Perkasa”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis mengidentifikasi adanya sejumlah masalah sebagai berikut:

1. Harga produk PT Barelang Gypsum Perkasa lebih tinggi.
2. Terjadinya fluktuasi terhadap tingkat penjualan di PT Barelang Gypsum Perkasa.
3. Kualitas produk PT Barelang Gypsum Perkasa masih kurang baik.
4. Kurangnya promosi di PT Barelang Gypsum Perkasa.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, dalam penelitian ini penulis menganggap perlu membatasi permasalahan yang akan dibahas agar penelitian ini tidak meluas, lebih efektif, efisien, dan terarah, serta dapat dikaji

lebih dalam. Maka dari itu, penulis membatasi masalah hanya berkaitan dengan kualitas produk dan harga produk terhadap tingkat penjualan pada PT Bareleng Gypsum Perkasa di kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Agar penelitian ini dilakukan lebih fokus dan sempurna, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat penjualan di PT Bareleng Gypsum Perkasa?
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap tingkat penjualan di PT Bareleng Gypsum Perkasa?
3. Apakah kualitas produk dan harga produk secara simultan berpengaruh terhadap tingkat penjualan di PT Bareleng Gypsum Perkasa?

1.5 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah penelitian yang telah dikemukakan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap tingkat penjualan di PT Bareleng Gypsum Perkasa.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap tingkat penjualan di PT Bareleng Gypsum Perkasa.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga produk secara simultan terhadap tingkat penjualan di PT Bareleng Gypsum Perkasa.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat menjadi bahan pertimbangan untuk perusahaan agar dapat memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen dan dapat menjaga kualitas produk yang ditawarkan supaya dapat meningkatkan penjualan perusahaan PT Bareleng Gypsum Perkasa.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi objek penelitian

Dapat memberikan masukan kepada perusahaan PT Bareleng Gypsum Perkasa, bahwa harga dan kualitas produk sangat mempengaruhi tingkat penjualan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Sumbangan bagi perkembangan ilmu ekonomi khususnya yang terkait dengan peningkatan penjualan sebuah perusahaan aluminium dan kaca, serta dapat dijadikan acuan atau pedoman bagi penelitian pada bidang yang sama di kemudian hari.