

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang, tujuan tersebut akan tercapai jika perusahaan melakukan proses pemasaran.

(Yulasm, 2015 : 35) Pemasaran adalah suatu proses yang diterapkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menyediakan produk (barang dan jasa) konsumen tertentu yang merupakan sasaran upaya pemasaran disebut pasar sasaran . Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba . Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha dalam penetapan harga, penetapan promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha dalam mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut, agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar. Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah

mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya dipasar. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan sesuai yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh salah satu faktor, yaitu terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun promosi kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians-variens baru pada suatu promosi. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam keberhasilannya suatu perusahaan dalam mempengaruhi konsumennya menetapkan suatu keputusan pembelian, yaitu: Harga. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi

keputusan pembeli dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk.

(Brata, Husani, & Ali, n.d, 2017 : 435) Harga adalah salah satu keberhasilan penting dari sebuah perusahaan karena harga menentukan berapa untung akan diperoleh perusahaan dari menjualnya produk dalam bentuk barang. jika harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, tetapi jika harganya terlalu rendah akan mengurangi manfaat yang akan diperoleh oleh organisasi. Harga merupakan unsur satu-satunya dari unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan di banding unsur bauran pemasaran yang lainnya . Strategi penetapan harga menjadikan tantangan yang semakin meningkat untuk banyak perusahaan, karena deregulasi, informasi dari pembeli, persaingan global yang kompetitif, pertumbuhan pasar yang lambat dan peluang perusahaan untuk meningkatkan posisi pasarnya.

Perbedaan harga antara beberapa merek produk larutan penyegar, harga larutan penyegar merek cap badak 500ml Rp 131,250, 200ml Rp 128,400, 320ml Rp 112,850 yang dimiliki oleh PT Buru Karimun Mandiri, harga larutan penyegar merek cap kaki tiga 500ml Rp 120,000, 200ml Rp 108,000, 320ml Rp 96,000 dan harga larutan penyegar merek lasegar 500ml Rp 120,000, 200ml Rp 108,000, 320ml Rp 103,200. Harga produk PT Buru Karimun Mandiri jauh lebih mahal dibandingkan harga merek perusahaan lain. Oleh karena itu, PT Buru Karimun Mandiri masih perlu melakukan analisis penetapan harga yang lebih baik lagi, agar produk cap badak bisa bersaing harga dengan merek dari perusahaan lain.

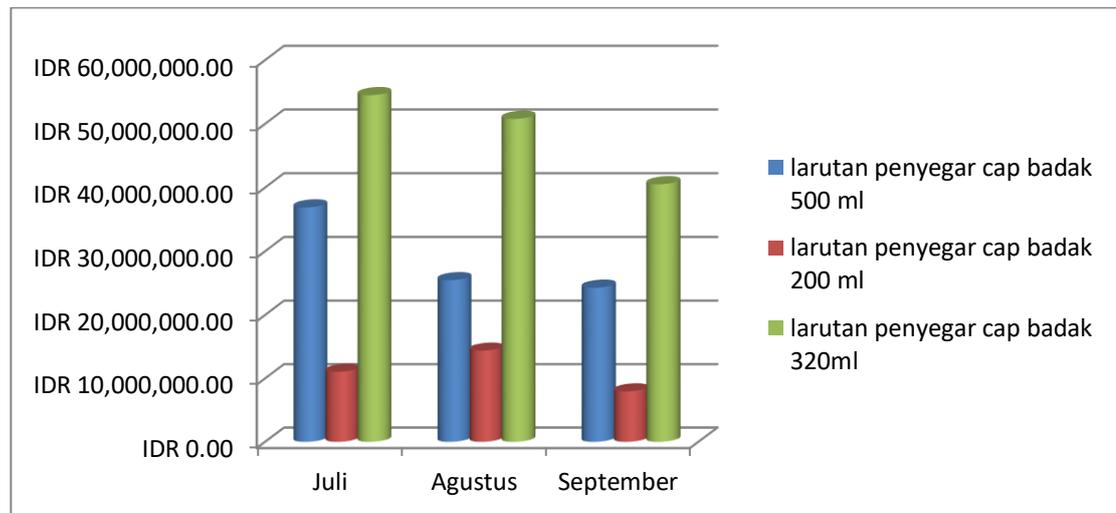
Promosi adalah kegiatan yang paling penting memainkan peran aktif dalam memperkenalkan, memberi informasi, dan mengingat manfaat suatu produk untuk mendorong konsumen membeli produk yang dipromosikan . Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat dari mana alat promosi yang digunakan untuk mencapai kesuksesan dalam penjualan. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembeli, perusahaan menggunakan promosi untuk memicu transaksi, sehingga konsumen mau membeli suatu merek tertentu serta mendorong tenaga penjualan untuk secara agresif menjualnya . Selain itu promosi mampu merangsang permintaan akan suatu produk. Dengan promosi tersebut diharapkan konsumen mau mencoba produk tersebut dan mendorong konsumen yang sudah ada agar membeli produk lebih sering lagi sehingga akan terjadi pembelian ulang dan meningkat penjualan perusahaan yang ditargetkan sebelumnya, oleh karena itu promosi inilah juga termasuk salah satu faktor dalam meningkatkan keputusan pembeli.

PT Buru Karimun Mandiri masih banyak kekurangan dalam strategi mempromosikan produk-produk mereka, sehingga perusahaan masih belum bisa memaksimalkan promosi yang baik dalam perusahaan tersebut. Berikut promosi yang bisa diterapkan oleh PT Buru Karimun Mandiri yaitu: PT Buru Karimun Mandiri bisa melakukan promosi dengan cara memasang iklan disosial media dan media Koran untuk memperkenalkan produk perusahaan mereka tersebut, salah satu produknya yaitu larutan penyegar merek cap badak. PT Buru Karimun Mandiri bisa melakukan promosi dengan cara melakukan pembagian brosur di

tempat-tempat yang ada di tg.balai karimun, seperti costa area dan lain-lain. Agar perusahaan tersebut dapat dimengenal lebih luas.

Semakin lama seorang pelanggan bertahan pada suatu perusahaan, semakin berharga pelanggan tersebut. Para pelanggan lama melakukan lebih banyak pembelian dan biasanya membawa masuk pelanggan baru. Lebih dari itu, pelanggan lama tidak membutuhkan biaya awal (biaya pemasaran untuk mencari pelanggan baru). Pelanggan lama yang baik, sangat berharga pada sebagian besar perusahaan. Oleh karena itu, implikasikan bahwa pihak manajemen harus mempertimbangkan dan mendidik pemasar mereka dalam kualitas pelayanan terhadap konsumen sebagai langkah untuk meningkatkan citra perusahaan.

Berdasarkan penjelasan dari data penjualan PT Buru Karimun Mandiri, turunnya omset penjualan perusahaan dikarenakan salah satu akibat, yaitu: Kurang dididiknya karyawan dalam etika pelayanan dalam menghadapi konsumen seperti cara berkomunikasi yang baik terhadap pelanggan yaitu tata cara pembicaraan kita harus sopan dalam melayani konsumen karena apabila tata cara pembicaraan kita sopan, konsumen akan merasa nyaman terhadap kita, maka kita sudah dapat mempertahankan konsumen untuk setiap pada perusahaan.



Gambar 1.1 Hasil Data Penjualan Produk Larutan Penyegar Merek Cap Badak Pada PT Buru Karimun Mandiri

Sumber: Data dapat dari PT Buru Karimun Mandiri 2018

Dari data gambar 1.1 dapat dilihat bahwa pada bulan juli 2018, tingkat penjualan larutan penyegar merek cap badak 500ml mencapai sebesar Rp 36,881,000,00, larutan penyegar merek cap badak 200ml mencapai sebesar Rp 11,042,000,00 dan larutan penyegar merek cap badak 320ml mencapai sebesar Rp 54,506,500,00, pada bulan agustus 2018 tingkat penjualan larutan penyegar merek cap badak 500ml mencapai sebesar Rp 25,462,500,00 larutan penyegar merek cap badak 200ml mencapai sebesar Rp 14,380,800,00, dan larutan penyegar merek cap badak 320ml mencapai sebesar Rp 50,782,500,00, pada bulan September 2018 tingkat penjualan larutan penyegar merek cap badak 500ml mencapai sebesar Rp 40,513,000,00, larutan penyegar merek cap badak 200ml mencapai sebesar Rp 7,960,800,00 dan larutanya penyegar merek cap badak 320ml mencapai sebesar Rp 40,513,000,00. Dari hasil presentase angka tersebut, bisa dilihat bahwa tingkat penjualan larutan penyegar merek cap badak di PT Buru

Karimun Mandiri sedang mengalami penurunan selama 3 bulan terakhir, sehingga PT Buru karimun Mandiri harus bisa menerapkan berbagai strategi seperti penetapan harga, meriset promosi yang baik, dan menjaga kualitas pelayanan perusahaan untuk meningkat omset penjualan perusahaan tersebut menjadi lebih baik lagi.

PT Buru Karimun Mandiri merupakan salah satu perusahaan distributor yang bergerak dibidang perdagangan dengan usaha minuman ringan, salah satunya yaitu minuman larutan penyegar merek cap badak. Perusahaan PT Buru Karimun mandiri ini sudah beroperasi bisnisnya selama tujuh belas tahun, Dimana perusahaan tersebut didirikan pada tahun 2001. alamat PT Buru Karimun Mandiri dijalan pertambangan blok. K no. 35 Tanjung Balai Karimun - Kepulauan Riau.

Pada saat ini PT Buru Karimun Mandiri sedang mengalami penurunan omset penjualan selama tiga bulan terakhir, dan sekarang perusahaan ini hendak meningkatkan omset penjualannya dengan baik. Salah satu hal yang harus dilakukan oleh perusahaan tersebut yaitu berbagai strategi untuk meningkatkan keputusan pembeliannya diperusahaan tersebut.

Melihat betapa pentingnya pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian untuk meningkatkan penjualan perusahaan, maka penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan mengambil judul: **“Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian minuman larutan penyegar merek cap badak pada pt buru karimun mandiri.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada, antara lain :

1. Keputusan pembelian belum memenuhi harapan yang diinginkan PT Buru Karimun Mandiri
2. PT Buru Karimun Mandiri masih belum bisa menetapkan harga dari produk minuman larutan penyegar tersebut dengan baik, sehingga perusahaan mengalami penurunan penjualan selama 3 bulan terakhir.
3. PT Buru Karimun Mandiri masih kurang melakukan promosi seperti give away dan diskon harga, sehingga itu akan menyebabkan menurunnya penjualan perusahaan tersebut.
4. PT Buru Karimun Mandiri masih kurang dalam menerapkan kualitas pelayanannya yang baik, sehingga itu akan sangat berpengaruh terhadap konsumen mengambil keputusan pembelian.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah : “Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian minuman larutan penyegar merek cap badak pada PT Buru Karimun Mandiri”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah maka rumusan masalah adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT Buru Karimun Mandiri ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT Buru Karimun Mandiri ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT Buru Karimun Mandiri ?
4. Apakah harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT Buru Karimun Mandiri ?

1.5 Tujuan Masalah

Bedasarkan rumusan masalah maka tujuan masalah adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan masalah maka manfaat dari penelitian adalah :

1. Bagi peneliti

Agar dapat memahami dan menambah ilmu wawasan di bidang pemasaran, untuk memperoleh nilai tugas mandiri.

2. Bagi institusi universitas putera batam

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan untuk meneliti tersebut memberikan penambahan ilmu untuk mahasiswa yang bersangkutan.

3. Bagi PT Buru Karimun Mandiri

Perusahaan yang dijadikan bahan penelitian manfaatnya untuk perusahaan adalah biar mengetahui kekurangan yang ada saat ini dan mendapatkan masukan baru yang sekiranya penting.

4. Bagi peneliti lanjutan

Bagi peneliti lanjutan semoga peneliti saat ini bisa memberi saudara bayangan untuk penelitian lanjutan, walaupun penelitian ini tidak sempurna.