

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan atas kemajuan jaman, Kota Batam menggambarkan kota yang memiliki perkembangan dengan cepat sehingga pertumbuhan ekonomi yang melebihi dari rata-rata pertumbuhan ekonomi secara nasional. Pulau Batam merupakan wilayah startegis kerana berada diselat melaka. Hal ini didukung dengan perekonomian di kota Batam yang mayoritas di dukung dari sektor perdagangan dan industri. Selain itu pertumbuhan sektor pariwisata juga berkembang dengan cepat pada beberapa tahun terakhir ini. Namun demikian sektor industri tetap menjadi andalan yang utama. Batam dikenal sebagai salah satu kota dengan kawasan industri terpadu di Indonesia.

Periode globalisasi masa ini menjadikan kompetisi bisnis lebih kuat, baik pasar dalam negri atau pasar luar negri. sekalipun pelanggan masih ada daya untuk beli tetapi mereka masih seadanya. Alhasil konsumen akan menjadi lebih cermat dan bijaksana dalam melansungkan transaksi dan kualitas barang yang inginkan. Melalui kondisi tersebut terdorong perusahaan untuk bisa memikat pembeli, memasarkan bahan-bahan sembako yang bermutu dan menanggapi promosi diikuti bersama pelayanan memuaskan. Era ini ramai konsumen yang mencari produk berkualitas dan terjangkau, dalam hal ini adalah di bidang konsumsi yaitu industri sembako. (Soewito, 2013:218)

Perkembangan sektor industri sembako merupakan sektor industri yang berkembang dengan pesat di kota Batam, berbagai perusahaan sembako mulai berdiri dan menimbulkan persaingan bisnis yang ketat. Pada lingkungan pemasaran belum bebas dari kata persaingan, dasar yang penting dibuat oleh industri untuk meraih tujuan pada perlombaan yang lebih kencang yaitu dengan teknik memberikan produk yang berkualitas beserta menjaga pelanggan. Beberapa perusahaan harus berusaha untuk mengakibatkan dan melepaskan produk yang digemarkan pelanggan melalui kualitas dan pelayanan baik. Dengan seperti itu, perusahaan mesti berupaya menguasai kelanjutan industrinya atas usaha melengkapi kepentingan dan keperluan konsumennya.

Consumers akan memilih-pilih dalam memilih berbagai kebutuhan hidup yang dapat mengasihkan produk yang berkualitas, promosi yang efektif terhadap masyarakat, dan pelayanan masyarakat yang baik. Keputusan konsumen dalam memilih kebutuhan hidup tidak berlansung sedemikian itu. Besarnya pertimbangan diperbuat oleh pembeli karena ketika menentukan untuk memesan beberapa barang, misalnya keunggulan produknya, promosi serta keunggulan pelayanannya.

Salah sebuah perseroan pada kota Batam yang beroperasi di bidang pemasaran produk sembako yaitu PT Sinar Kobel Indonesia atau lebih di kenal dengan panggilan PT SKI, merupakan perusahaan yang berdiri pada tanggal 20 april tahun 2010 yang menjual berbagai kebutuhan hidup masyarakat seperti: telur ayam, beras, mie telur, merica, sirup, bumbu masak dan berbagai kebutuhan masyarakat lainnya. PT Sinar Kobel Indonesia lebih terfokus pada produk utama mereka yaitu Telur ayam karena pemilik perusahaan merupakan salah satu distributor telur ayam besar

di kota Batam. PT Sinar Kobel Indonesia beralamat di Komplek tanah mas, jln Laksamana Bintan Blok L nomor 16, Sungai Panas. PT Sinar Kobel Indonesia menyadari persaingan bisnis kini semakin ketat sehingga selalu menyediakan kepercayaan dan kemungkinan untuk langganannya tetap melanjutkan memberi rasa puas terhadap konsumen karena ini semua sangat berpengaruh dengan keputusan pembelian.

(Risa Ria, 2018:197) Menyatakan kalau pembeli sebelum membuat keputusan pembelian, mereka bakal menggunakan tahapan pembelian sebelumnya contohnya pengenalan masalah, pendapatan petunjuk, penilaian cadangan lalu melakukan keputusan pembelian serta itu sesudah membuat keputusan pembelian, adapun pengolahan yang dikatakan *attitude* pasca pentransaksian yang berdasarkan selera puas dan tidak puas.

Menurut (Aynatusobik, 2017:3) Keputusan pembelian ialah jalan penyelesaian isu terhadap aktivitas insani & insania dalam berbelanja suatu barang/produk untuk memuaskan kemauan dan kebutuhannya yang terdiri atas pengetahuan tentang kebutuhan dan kemauan untuk mengetahui fakta berada, perkiraan dengan pilihan pembelian, dan kelakuan konsumen setelah pembelian. Keputusan membeli dapat menunjukkan bagaimana prosedur waktu pengambilan keputusan itu dilakukan. Banyak aspek menjadi rekomendasi pelanggan sebelumnya untuk memutuskan membeli sebuah barang. Oleh karena itu, perusahaan akan lebih meningkatkan dan mengamati bagian yang harus diperbaiki untuk memikat kehendak konsumen. Aspek yang penting lainnya yaitu berhasil memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor kualitas layanan, promosi, dan keunggulan produk.

Faktor pertama yang menjadi pemikiran konsumen kala melakukan keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan. Pelayanan mengantongi perikatan yang erat terhdap keputusan pembelian, dalam menggabungkan pertalian yang erat dengan perusahaan/industri lainnya. Selama jangka panjang, ikatan ini menopang pengusaha lebih mengerti secara terperinci pengharapan pelanggan akan kebutuhannya. Dengan begitu, perusahaan dapat menaikkan keputusan pembelian dimana pengusaha akan mengecilkan kesan pembeli yang tidak menenangkan. Pelayanan yang baik dapat menghidupkan kembali loyalitas konsumen dengan industri yang menyediakan mutu yang memberi kepuasan. Kualitas pelayanan ialah hal utama yang perlu diamati oleh perusahaan dalam memasarkan produknya untuk konsumen/pelanggan. pedoman dalam meraih kesuksesan yaitu kesanggupan perusahaan dalam mengendalikan kualitas maka akan sanggup memberi pelayanan yang memenuhi dan melebihi keinginan konsumen. (Aynatusobik, 2017:1)

PT Sinar Kobel Indonesia mempunyai masalah pada pelayanan pengantaran yang selalu terlambat untuk mengantarkan barang, banyak sekali konsumen yang mengeluh mengenai pengantaran yang selalu terlambat ini. Pengantaran terlambat ini di karenakan beberapa hal, seperti supir yang kurang mengetahui daerah – daerah batam, pembagian jalur daerah yang tidak sesuai, dan penambahan muatan pada lori yang sudah jalan melakukan pengantaran.

Selain masalah pada pengantaran yang selalu telat, terdapat masalah lain pada kualitas pelayanan yaitu kesalahan pada nota penjualan (*invoice*). Nota penjualan merupakan bukti atas pembelian sejumlah barang secara tunai ataupun kredit. Pada nota penjualan terdapat *quantity* atau jumlah barang yang telah di *order* oleh

konsumen. Dalam masalah jumlah barang ini konsumen mengeluh karena jumlah yang di pesan tidak sepadan dan cocok jumlah barangnya yang diterima di toko, hal ini dikarenakan kelalaian administrasi dalam mencetak *invoice*, yang mengakibatkan jumlah barang yang di order konsumen diantarkan tidak sesuai dengan pesanan.

Menurut (Diyagitama et al., 2019:58) Promosi adalah sasaran pokok untuk menginfokan, mengajak & memengaruhi konsumen-konsumen supaya mengorder barang yang dipromosikan, seperti halnya menarik pelanggan supaya ingin membeli pada perusahaan sembako tersebut.

Menurut penelitian (Prabarini et al., 2018:261), dengan dilihat melalui perkembangan industri pulau ini, berbagai pengusaha menjalankan bisnis dengan golongan tidak jauh beda. Sedangkan bila diperiksa lagi lebih banyak konsumen memilih barang/produk yang sudah dikenal dilingkungan luar. Hal seperti ini membuat perusahaan menata kembali strategi yang mampu bersaing dan tepat target supaya konsumen berminat memesan produk yang ditawarkan.

Tabel 1.1 Data Penjualan 2018

Keterangan	Produk			
	Telur Ayam	Beras	Merica	Sirup
Januari	1509	25	3	1
Februari	1570	38	5	2
Maret	1599	40	6	4
April	1607	40	10	6
Mei	1632	44	12	7
Juni	1664	48	12	9
Juli	1690	46	20	9
Agustus	1701	47	21	9
September	1700	50	26	10

Oktober	1722	51	26	9
November	1763	55	27	11
Desember	1801	56	28	11
Total	19958	540	196	88

Sumber: Data Penelitian, 2019

Berdasarkan data di atas, menunjukkan penurunan penjualan setiap bulannya pada tahun 2018. Dengan melihat data penjualan tersebut tampaknya perusahaan belum mencapai hasil yang maksimal. Hasil observasi menunjukkan kurangnya promosi yang dilakukan. Hal ini dikarenakan promosi yang dianggap tidak efektif untuk perusahaan sehingga promosi tidak dilakukan oleh perusahaan, sehingga produk yang dipasarkan oleh PT Sinar Kobel Indonesia tidak banyak dikenal oleh masyarakat sekitar dan juga membuat produk yang di jual kurang laku di pasaran. Berkenaan dengan hal itu PT Sinar Kobel Indonesia berupaya meningkatkan penjualannya dengan menciptakan kesan yang baik yaitu dengan cara memberikan mulai mempromosikan produknya dengan cara membuka toko kecil di pasaran agar masyarakat yang berbelanja dipasar dapat mengetahui ataupun membeli produk yang di promosikan. Dan juga PT Sinar Kobel Indonesia juga memberikan potongan harga kepada pelanggan dengan memberikan potongan harga sebesar 10% untuk semua pembelian produk pada PT Sinar Kobel Indonesia.

Kualitas atau keunggulan ditentukan seperti pengaruhnya jenis dan sifat produk atau jasa yang mampu memenuhi kelangsungan hidup masyarakat. Kualitas prroduk artinya kebolehan produk untuk menunjukkan hasilnya, dimaksudkan misalnya ketahanan produk tersebut, jangka waktu *expired*-nya, kesederhanaan menggunakannya dan fungsi lainnya. (Nainggolan, 2018:43-54)

Tabel 1.2 Akumulasi Produk Retur Tahun 2018

Bulan	Produk			
	Telur Ayam	Beras	Merica	Sirup
Januari	1509 Butir	25 kg	3 Bks	1 Btl
Februari	1570 Butir	38 kg	5 Bks	2 Btl
Maret	1599 Butir	40 kg	6 Bks	4 Btl
April	1607 Butir	40 kg	10 Bks	6 Btl
Mei	1632 Butir	44 kg	12 Bks	7 Btl
Juni	1664 Butir	48 kg	12 Bks	9 Btl
Juli	1690 Butir	46 kg	20 Bks	9 Btl
Agustus	1701 Butir	47 kg	21 Bks	9 Btl
September	1700 Butir	50 kg	26 Bks	10 Btl
Oktober	1722 Butir	51 kg	26 Bks	9 Btl
November	1763 Butir	55 kg	27 Bks	11 Btl
Desember	1801 Butir	56 kg	28 Bks	11 Btl
Total	19958 Butir	540 kg	196 Bks	88 Btl

Sumber: Data Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil akumulasi produk retur perbulan tahun 2018 menyatakan bahwa setiap bulannya mengalami kenaikan jumlah retur. Pada produk Telur ayam pertahun 2018 terdapat 19,958 butir telur ayam yang di retur oleh konsumen, dikarenakan penyusunan telur ayam di gudang yang tidak simetris dan pada produk Beras terdapat 540 kg produk yang direturkan oleh konsumen, pada produk Merica terdapat 196 bungkus yang di returkan oleh konsumen dan pada produk sirup terdapat 88 Botol di retur oleh konsumen pertahun 2018. Produk – produk tersebut di returkan dikarenakan berbagai hal, seperti telur di returkan karena sudah retak dan membusuk, pada produk beras dikarenakan terdapat banyak kutu dan beras yang sudah tidak layak di konsumsi, pada produk merica di karenakan produk merica yang dijual kurang laku dipasaran karna bersaing dengan merk merica lainnya dengan kualitas yang lebih bagus, sehingga konsumen lebih memilih

mereturkan merica tersebut. Pada produk sirup diretur karena terdapat beberapa botol sirup yang pecah dalam dus, beberapa botol sirup pecah karena penyusunan produk yang ada di gudang tidak baik, sama hal nya dengan telur yang penyusunannya tidak baik dan mengakibatkan kerusakan. Hal ini membuktikan bahwa keunggulan hasil yang tiada baiknya dan menyebabkan konsumen mengreturkan produk yang telah dibelinya dan ini berpengaruh pada keputusan pembeliannya.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, penulis menarik melakukan penelitian mengenai “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SINAR KOBEL INDONESIA

1.2 Idetifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan identifikasi masalah:

1. Pengantaran barang telat sampai tujuan mengakibatkan pembeli menunggu lama.
2. Kesalahan pencatatan pada nota penjualan mengakibatkan nominal produk yang di antar mengalami kekurangan.
3. Kurangnya kegitan promosi yang dilakukan perusahaan membuat produk tidak diminati oleh konsumen.

4. Masih ada pengreturan produk telur ayam, beras, merica dan sirup dari konsumen.
5. Penyusunan produk yang tidak simetris membuat produk ditimpa dan cepat rusak.

1.3 Batasan Masalah

Pada pengkajian tersebut, dirancang batasan masalah dikarenakan keterbatasan materi, waktu dan cakupan ruang lingkup penelitian yang sangat luas, supaya penelitian tidak menyelewang dari objek penelitian, maka batasan masalah ialah:

1. Penulis membatasi diri berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Sinar Kobel Indonesia yang dikenal dengan sebutan PT SKI
2. Keputusan pembelian dipilih kerana peningkatan keputusan pembelian dapat memberikan efek positif dan kemajuan bagi perusahaan
3. Luas lingkup informasi hanya meliputi informasi seputar pertimbangan konsumen dalam membeli produk sambako.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai dengan yang diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Sinar Kobel Indonesia ?

2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Sinar Kobel Indonesia ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Sinar Kobel Indonesia ?
4. Apakah kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Sinar Kobel Indonesia ?

1.5 Tujuan Penelitian

Beralaskan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maksud penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Sinar Kobel Indonesia.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Sinar Kobel Indonesia.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Sinar Kobel Indonesia.
4. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Sinar Kobel Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Riset ini barangkali dijadikan sebagai unsur penerimaan untuk manajemen menciptakan dan menyakinkan konsumen dengan cara memberikan kualitas

pelayanan, promosi dan kualitas produk yang baik. Selain itu, manajemen perusahaan juga harus bisa meyakinkan Konsumen akan produk yang diujikan dapat dipercaya, promosi yang menjanjikan dan kualitas pelayanan yang baik. Sehingga, konsumen akan dapat mempertimbangkan lagi keputusan pembeliannya.

1.6.2 Aspek Praktis

Riset berikut bisa dijadikan sebagai panduan dalam pencapaian target tujuan bersama dan berguna:

1. Bagi Perusahaan

Riset ini bisa berguna bagi perusahaan dalam mencapai keuntungan perusahaan. Karena, adanya penyesuaian kualitas pelayanan yang baik, promosi yang lebih menarik perhatian konsumen, dan menjaga kualitas produk perusahaan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Pembelajaran dapat bisa digunakan sebagai sarana tinjauan acuan serta dokumen akademik dapat digunakan petunjuk dalam aktivitas pendidikan serta asal mulanya bagi penulis selanjutnya.

3. Bagi Penulis

Untuk memperkaya hasil-hasil penelitian berkaitan dengan motivasi, kompensasi, konflik kerja, maupun kinerja karyawan.