

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki koneksi langsung dengan pasar terbesar dunia dengan Selat Malaka sebagai jalur laut paling aktif di dunia dan menjadi rute utama pelayaran global. Indonesia memiliki sumber daya terbarukan (produk agrikultur) dan tidak terbarukan (tambang dan mineral) yang berlimpah dan salah satunya adalah beras. Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Konsumsi beras di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia. Ketergantungan masyarakat Indonesia yang sangat tinggi terhadap beras akan menjadi masalah jika ketersediaan beras sudah tidak dapat tercukupi.

Ketika seorang pelanggan akan memutuskan untuk membeli suatu produk, sebenarnya mereka memiliki alasan tertentu dalam memilih sebuah produk. Contohnya ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas dari produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan, maka pelanggan tersebut akan lebih sering melakukan pembelian. Adapula pelanggan yang melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan akan sebuah barang dan juga terdapat pelanggan yang melakukan pembelian karena melihat adanya hal-hal yang menarik keinginannya untuk melakukan pembelian secara spontanitas.

Pembelian seorang pelanggan merupakan segalanya bagi perusahaan karena dengan pembelian tersebut, sebuah perusahaan dapat tetap terus mempertahankan eksistensinya dalam pasar. Hal ini dinilai juga karena dengan pembelian pelanggan tersebut dapat meningkatkan tingkat penjualan perusahaan pada produk-produk yang ditawarkannya dan dengan demikian tentu saja perusahaan akan memperoleh laba yang membantunya untuk terus menjaga keberadaan produknya dalam pasar. Menurut Ngilimun, dkk (2019:229), Tingkat Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Pentingnya tingkat penjualan suatu perusahaan membuat setiap perusahaan selalu berlomba dalam meningkatkan tingkatan tersebut dengan menggunakan berbagai strategi yang dapat menarik pelanggan.

Melihat kesempatan ini membuat para pengusaha memperkenalkan produk beras yang berkualitas mereka sehingga tidak mengherankan jika banyak perusahaan beras yang berdiri di Indonesia seperti PT. Wilmar Padi Indonesia, PT. Karya Baru Indonesia, PT. Ario Makmur, PT. Padi Unggul Indonesia, PT. Sinar Aneka Niaga, dan sebagainya.

PT. Sinar Aneka Niaga merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha penjualan pangan yang dimana salah satu produknya adalah beras dengan berbagai merek seperti:

Tabel 1.1
Merek Produk PT. Sinar Aneka Niaga

Produk	
Genthong Premium 10 Kg	Sintanola Premium 5 Kg
Sintanola Premium 10 Kg	Genthong Ekonomis 10 Kg

Sumber: PT. Sinar Aneka Niaga, 2021

Pada observasi awal yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa perusahaan sedang mengalami penurunan pada penjualannya. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan yang ada di bawah ini:

Tabel 1.2
Data Penjualan PT. Sinar Aneka Niaga Periode 2016 sampai 2020

Tahun	Penjualan	Jumlah Pelanggan
2017	Rp. 18.872.651.000	314
2018	Rp. 18.361.490.000	291
2019	Rp. 18.126.227.000	288
2020	Rp. 17.839.814.000	264
2021	Rp. 17.285.273.000	253

Sumber: PT. Sinar Aneka Niaga, 2021

Pada tabel 1.2 yang ada di atas, dapat diketahui bahwa perusahaan jelas mengalami penurunan pada jumlah penjualannya dimana pada tahun 2017 penjualan perusahaan mencapai Rp. 18.872.651.000, akan tetapi pada tahun 2021 penjualan perusahaan hanya dapat mencapai sebanyak Rp. 17.285.273.000. Hal ini tentunya menjadi hal yang sangat tidak baik yang dimana jika dibiarkan terus menerus dalam jangka waktu yang panjang dapat membuat perusahaan mengalami kerugian yang besar karena dengan adanya penurunan pada penjualan tentu saja membuat tingkat laba yang didapatkan oleh perusahaan mengalami penurunan juga. Hal ini tidak saja menghambat perkembangan dan kemajuan perusahaan kedepannya, akan tetapi juga dapat membuat perusahaan kalah

bersaing dengan pasaran karena semakin menipisnya jumlah modal yang dimiliki untuk melaksanakan berbagai kegiatan pemasaran.

Berdasarkan pada hasil observasi awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan pemilik usaha, terdapat 2 hal yang diduga dapat mempengaruhi penjualan produk perusahaan dimana untuk yang pertama adalah Kualitas Produk. Kualitas dari produk yang dijual oleh perusahaan dinilai masih kurang berkualitas baik sehingga membuat pelanggan menjadi tidak ingin melakukan pembelian kembali dan menyebabkan Penjualan menurun. Menurut Mursidi, dkk (2020:31), Kualitas Produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan.

Perihal kedua yang juga diduga memberikan pengaruhnya adalah Ekuitas Merek dari produk yang dijual oleh perusahaan. Permasalahan dari Ekuitas Merek ini dinilai karena merek yang ditawarkan oleh perusahaan dinilai masih kurang memiliki kekuatan yang dapat menarik perhatian dan minat pelanggan untuk terus melakukan pembelian. Menurut Sari (2017:214), Ekuitas Merek merupakan nilai dari suatu merek baik yang berwujud maupun tidak berwujud sebagai akibat dari pengetahuan, persepsi, dan pengalaman pelanggan dengan merek tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP PENJUALAN PRODUK PT. SINAR ANEKA NIAGA.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka disinyalir penurunan Penjualan disebabkan oleh:

1. Kualitas dari produk yang dijual oleh perusahaan dinilai masih kurang berkualitas baik seperti butiran beras yang tidak utuh (Patah) sehingga membuat pelanggan menjadi tidak ingin melakukan pembelian kembali dan menyebabkan Penjualan menurun.
2. Merek yang ditawarkan oleh perusahaan dinilai masih kurang memiliki kekuatan yang dapat menarik perhatian dan minat pelanggan untuk terus melakukan pembelian, karena cita rasa beras yang dikonsumsi tidak begitu enak sehingga tidak dapat direkomendasikan untuk dibeli.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Kualitas Produk (X_1) dan Ekuitas Merek (X_2) terhadap Penjualan (Y). Objek penelitian ini adalah pelanggan PT. Sinar Aneka Niaga.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Penjualan produk PT. Sinar Aneka Niaga?

2. Apakah ada pengaruh Ekuitas Merek terhadap Penjualan produk PT. Sinar Aneka Niaga?
3. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Penjualan produk PT. Sinar Aneka Niaga?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Penjualan produk PT. Sinar Aneka Niaga.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Ekuitas Merek terhadap Penjualan produk PT. Sinar Aneka Niaga.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Penjualan produk PT. Sinar Aneka Niaga.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Bagi PT. Sinar Aneka Niaga
Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Penjualan produk PT. Sinar Aneka Niaga.
2. Bagi Akademisi
Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Penjualan produk PT. Sinar Aneka Niaga.