

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di setiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Peluang bisnis di bidang aluminium masih sangat terbuka lebar melihat jumlah penduduk di Indonesia yang sangat besar. Setiap rumah tangga membutuhkan wajan minimal dua sehingga setidaknya, dalam satu tahun kebutuhan wajan.

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang di Sumatera Utara, membuat para pelaku bisnis lebih memacu diri dalam menghasilkan produk wajan yang dapat diterima dan dipergunakan oleh konsumen. Hal tersebut menyebabkan semakin banyak produk yang dipasarkan haruslah mempunyai banyak keunggulan yang memudahkan konsumen sebagai pemakai produk. Banyak terobosan baru yang dikembangkan oleh produsen wajan mulai dari anti lengket dan kemudahan dalam pembersihan yang intinya adalah untuk meningkatkan kualitas produk, Segala upaya yang dilakukan oleh pihak produsen tersebut memacu pihak konsumen untuk melakukan pilihan atau lebih selektif dalam menggunakan suatu jenis produk atau pelayanan dari pihak produsen.

Perkembangan bisnis yang semakin pesat khususnya di Medan menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan mendorong setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan. Syarat yang harus di penuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas.

Indotama Limas Makmur Medan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan peralatan dan perlengkapan rumah tangga yang bermerek Limas berupa wajan aluminium plat dan loyang bolu aluminium yang mempunyai berbagai variasi ukuran.

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. Malau (2016:217), “mengutarakan keputusan pembelian merupakan tingkah laku tentang individu atau kelompok atau organisasi dan proses mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan membuang produk, jasa, pengalaman atau ide untuk kepuasan.” Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians- varians baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit

seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan

Keputusan pembelian konsumen terhadap wajan aluminium plat dan loyang bolu aluminium merek Limas pada Indotama Limas Makmur Medan mengalami penurunan yang terlihat dari tingkat penjualan aluminium plat dan loyang bolu aluminium merek Limas. Hal ini terlihat dari tabel 1.1 yaitu :

Tabel 1.1
Data Penjualan Aluminium Plat dan Loyang Bolu Aluminium Merek Limas
Indotama Limas Makmur Medan
Periode Tahun 2016-2020

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	% Pencapaian
2016	Rp. 500.000.000,-	Rp. 774.865.000,-	154.97%
2017	Rp. 650.000.000 ,-	Rp. 638.666.000,-	98.26%
2018	Rp. 680.000.000 ,-	Rp. 604.753.000 ,-	88.93%
2019	Rp. 650.000.000,-	Rp. 546.975.000,-	84.15%
2020	Rp. 650.000.000,-	Rp. 467.540.000,-	71.93%

Sumber : Indotama Limas Makmur Medan , 2021

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa data penjualan bahwa tidak tercapainya target penjualan Indotama Limas Makmur Medan untuk tahun 2017 sampai tahun 2020. Pada tahun 2017 pencapaian realisasi penjualan 154,97% yang menunjukkan tingkat penjualan yang sangat tinggi. tahun 2017 mengalami penurunan realisasi penjualan 98,26%, tahun 2018 sebesar 88,93% juga mengalami penurunan. tahun 2019 mengalami penurunan 84,15% sedangkan tahun 2020 sebesar 71,93%. Ketidakcapaian target ini disinyalir terjadinya penurunan keputusan pembelian konsumen terhadap produk aluminium plat dan loyang bolu aluminium merek Limas.

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan penting dalam pemasaran global. Menurut Hasan (2013:521), “Harga merupakan segala bentuk

biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.” Kesalahan penentuan harga akan berakibat fatal, jika harga ditentukan terlalu mahal, pelanggan akan enggan membeli produk dan akan berpindah ke perusahaan lain, jika harga terlalu murah akan mengakibatkan kerugian. Untuk mengelola perusahaan, diperlukan sistem informasi akuntansi biaya yang sistematis dan komparatif serta data analisis biaya dan laba yang menjadi pedoman manajemen untuk pengambilan keputusan.

Harga wajan aluminium plat dan loyang bolu aluminium merek Limas pada Indotama Limas Makmur Medan masih kurang dapat bersaing dengan merek lainnya yang hampir mempunyai tingkat kualitas produk yang seimbang. Hal ini memicu keluhan konsumen di tambah Indotama Limas Makmur Medan memberikan sedikit potongan harga sehingga mengakibatkan penurunan keputusan pembelian. Kemudian banya konsumen mengatakan bahwa syarat pembayaran yang hanya 30 hari setelah tanda terima diperoleh oleh konsumen sedangkan untuk perusahaan wajan lainnya memberikan kredit selama 45 hari sampai 60 hari. Berikut data harga aluminium dan loyang bolu aluminium merek limas yaitu :

Tabel 1.2
Data Harga Aluminium Plat dan Loyang Bolu Aluminium Merek Limas
Indotama Limas Makmur Medan Periode Tahun Oktober 2021

Nama barang	Ukuran	Harga / Lusin		
		Limas	Garpu	Dinos
Cake pan	21 cm	Rp. 280.000,-	Rp. 275.000,-	Rp. 255.000,-
Cake pan	24 cm	Rp. 315.000,-	Rp. 310.000,-	Rp. 300.000,-
Wajan plat	10 inch	Rp. 288.000,-	Rp. 280.000,-	Rp. 265.000,-
Wajan plat	11 inch	Rp. 328.000,-	Rp. 315.000,-	Rp. 300.000,-
Wajan plat	12 inch	Rp. 398.000,-	Rp. 375.000,-	Rp. 360.000,-
Wajan plat	13 inch	Rp. 448.000,-	Rp. 440.000,-	Rp. 425.000,-
Wajan plat	14 inch	Rp. 508.000,-	Rp. 500.000,-	Rp. 485.000,-
Wajan plat	15 inch	Rp. 580.000,-	Rp. 570.000,-	Rp. 560.000,-
Wajan plat	16 inch	Rp. 678.000,-	Rp. 655.000,-	Rp. 635.000,-
Wajan plat	18 inch	Rp. 918.000,-	Rp. 905.000,-	Rp. 890.000,-
Wajan plat	20 inch	Rp.1.158.000,-	Rp.1.145.000,-	Rp.1.050.000,-

Sumber : Indotama Limas Makmur Medan , 2021

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Menurut Sudaryono (2016:86), “Kualitas produk sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa”. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar. Kualitas akan memberikan dampak yang positif kepada bisnis melalui dua cara yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan.

Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk wajan aluminium plat dan loyang bolu aluminium merek Limas masih banyak dikeluhkan oleh konsumen yang berkaitan bahan baku aluminium yang digunakan lebih tipis dibandingkan lainnya, karena gagang wajan menyatu dengan wajan dan gagang terbuat dari alumnum sehingga sangat panas, kemudian warna wajan

sering cepat kusam apabila sering digunakan. Hal ini mengakibatkan rendahnya keputusan pembelian.

Promosi merupakan salah satu komponen terpenting dalam pemasaran yang memperkenalkan produk pada konsumen. Menurut Tjiptono (2015:219), “Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan”. Suatu produksi yang dibuat dengan kualitas yang baik dan harga yang murah, tanpa disertai dengan adanya kegiatan promosi yang sesuai, maka produksi tersebut tidak akan dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual. Promosi juga menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Namun promosi yang digunakan tentu harus efektif dan tepat sehingga dapat mencapai tujuan dari suatu perusahaan.

Promosi produk limas sedikit dilakukan oleh pihak Indotama Limas Makmur Medan. Beberapa promosi yang dilakukan hanya berkaitan dengan pemberian hadiah seperti kalender, buku catatan, produk sampel apabila adanya produk baru, jam dinding dan sebagainya yang hadiah terkesan kurang menarik bagi konsumen. Selain itu, staf *marketing* yang sering kesulitan untuk dihubungi apabila ingin melakukan pergantian produk dan proses yang cukup lama. Promosi yang kurang menarik terkadang hanya memberikan potongan persen tetapi mengharuskan pengambilan 10-15 lusin dalam jangka waktu 2-3 bulan untuk

memperoleh 3-5% pemotongan. Hal ini mengakibatkan rendahnya keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik dengan judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOTAMA LIMAS MAKMUR MEDAN”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Keputusan Pembelian mengalami penurunan disebabkan oleh :

1. Harga wajan aluminium plat dan loyang bolu aluminium merek Limas pada Indotama Limas Makmur Medan masih kurang dapat bersaing dengan merek lainnya yang hampir mempunyai tingkat kualitas produk yang seimbang. Harga yang ditawarkan kisaran Rp 280.000 – Rp 315.000 untuk loyang bolu aluminium sedangkan kisaran harga wajan aluminium plat Rp 288.000 – Rp 1.158.000.
2. Kualitas produk wajan aluminium plat dan loyang bolu aluminium merek Limas masih kurang baik sehingga memicu keluhan pelanggan.
3. Promosi produk limas sedikit dilakukan oleh pihak Indotama Limas Makmur Medan. Beberapa promosi yang dilakukan hanya berkaitan dengan pemberian hadiah seperti kalender, buku catatan, produk sampel apabila adanya produk baru, jam dinding dan sebagainya yang hadiah terkesan kurang menarik bagi konsumen. Selain itu, staf marketing yang sering kesulitan untuk dihubungi apabila ingin melakukan pergantian produk dan proses yang cukup lama.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini membahas tentang variabel Harga (X_1), Kualitas (X_2), Promosi (X_3) dan variabel terikat Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini dilakukan di Indotama Limas Makmur Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah tersebut, dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan?
3. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan?
4. Bagaimana pengaruh Harga, Kualitas dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan ialah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan.

2. Untuk mengetahui bagaimana Kualitas terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga, Kualitas dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan PT Indotama Limas Makmur Medan
Sebagai dasar peningkatan Keputusan Pembelian Indotama Limas Makmur Medan masa yang akan datang dengan perbaikan Harga, Kualitas dan Promosi.
2. Bagi Akademis
Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan acuan bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan oleh siapa yang ingin mengkaji persoalan yang relevan dengan hasil penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti permasalahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.