

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Persaingan merupakan masalah utama yang dihadapi oleh setiap perusahaan. Berbagai cara dilakukan untuk dapat mempertahankan dan merebut pasar. Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat saat ini perusahaan perlu memanfaatkan sumber dayanya dengan optimal, termasuk berusaha menciptakan atau melakukan rekayasa yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan. Fenomena tersebut dapat dilihat dari kondisi persaingan saat ini yang terjadi pada produk *fast moving consumer goods*. Keanekaragaman produk *fast moving consumer goods* yang ada pada saat ini mendorong pelanggan untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat menentukan suatu merk yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk *fast moving consumer goods* yang ideal. Dengan meningkatnya penjualan, perusahaan akan memperoleh keuntungan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Menurut Ngalimun, dkk (2019:229), Volume Penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Perkembangan pemasaran yang semakin pesat saat ini mendorong perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Perusahaan juga harus mampu untuk mencari peluang di pasar dengan memahami perilaku pelanggan yang akhir-akhir ini membeli produk bukan hanya berdasarkan kebutuhan dan keinginan saja, akan tetapi berdasarkan estetika maupun hedonic atau bahkan pelanggan yang tidak

merencanakan membeli suatu produk namun pada akhirnya mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut karena dinilai penting dalam kehidupan masyarakat saat ini.

PT. Asia Paramita Indah adalah sebuah perusahaan yang berlokasi di Adam Malik No. 159, Medan. Perusahaan sendiri bergerak dalam bidang pemasaran produk-produk *fast moving consumer goods*. Volume Penjualan mulai terus mengalami penurunan dan target penjualan juga mulai tidak dapat tercapai lagi. Berikut ini adalah data penjualannya:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan PT. Asia Paramita Indah Periode 2016 sampai 2020**

<b>Tahun</b>	<b>Target</b>	<b>Volume Penjualan</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>
2016	Rp. 7.000.000.000	Rp. 7.144.021.000	282
2017	Rp. 7.500.000.000	Rp. 7.092.887.000	274
2018	Rp. 7.500.000.000	Rp. 6.569.241.000	218
2019	Rp. 7.000.000.000	Rp. 6.439.093.000	209
2020	Rp. 6.500.000.000	Rp. 5.904.821.000	144

Sumber: PT. Asia Paramita Indah, 2022

Berdasarkan pada observasi awal yang peneliti lakukan, peneliti mendapatkan informasi bahwa Volume Penjualan perusahaan setiap tahun terus mengalami penurunan dimana pada tahun 2016 menuju 2017, Volume Penjualan masih terlihat baik dan target penjualan yang ditetapkan juga masih dapat tercapai dengan baik, akan tetapi saat memasuki tahun 2018 sampai dengan saat ini. Hal ini tentunya menyebabkan perusahaan mulai mengalami masalah karena walaupun Volume Penjualan mengalami penurunan secara perlahan, akan tetapi jika perusahaan membiarkan penurunan tersebut terjadi secara terus menerus dan target penjualan yang ditetapkan setiap tahunnya tidak dapat pernah dicapai lagi, bukannya tidak mungkin akan membuat perusahaan mengalami masalah dalam

keuangannya karena Volume Penjualan tersebut yang akan memberikan perusahaan keuntungan sehingga jika Volume Penjualan perusahaan terus mengalami penurunan tentu saja tingkat laba yang didapatkan akan menurun pula. Penurunan ini diduga karena adanya sebab dari Inovasi Produk dan Penetapan Harga.

Menurut Riyanti (2019:77), Inovasi adalah transformasi atau pengubah gagasan kreatif kedalam penerapan yang bermanfaat tetapi kreativitas adalah prasyarat untuk Inovasi. menurut Kurniawan (2018:22), Harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya dan menurut Firmansyah (2019:184), Harga adalah unsur dari bauran pemasaran yang dapat menghasilkan kekayaan dari hasil pertukaran barang atau jasa. Permasalahan utama terkait dengan Inovasi Produk adalah produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan dinilai tidak memiliki ciri khas tersendiri ataupun unik dan berbeda dari perusahaan lain sehingga membuat mereka dari perusahaan kurang dapat mudah dikenali oleh pelanggan karena selalu dianggap sebagai produk dari perusahaan lain berhubung memiliki kesamaan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain. Pelanggan juga menilai bahwa produk perusahaan mudah ditemukan diberbagai tempat dan juga dengan produk yang hampir sama dengan perusahaan lain membuat pelanggan menjadi sedikit kesulitan dalam memasarkan produk-produknya. Selain itu, permasalahan yang berkaitan dengan Harga juga dinilai karena perusahaan menetapkan Harga lebih tinggi jika dibandingkan dengan produk-produk dari perusahaan lain sehingga hal ini tentunya membuat

pelanggan semakin tidak ingin melakukan pembelian berhubung pelanggan akan selalu mencari produk berkualitas dengan Harga yang paling terjangkau sehingga dirinya juga akan mendapatkan berbagai manfaat dari Penetapan Harga yang murah tersebut. Selanjutnya Harga yang lebih tinggi juga membuat pelanggan sedikit kesulitan untuk dijual kembali ke konsumen akhir serta pelanggan juga merasa bahwasannya dengan Harga yang lebih tinggi membuat tingkat laba yang didapatkan oleh pelanggan ketika melakukan penjualan semakin berkurang. Adapun contohnya seperti Harga produk dari pesaing layaknya Bellagio dinilai lebih murah dengan perbandingan Harga dengan produk sejenis mencapai Rp. 3.000 sampai dengan Rp. 5000.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan dengan judul **“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PT. ASIA PARAMITA INDAH.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

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

1. Inovasi dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan masih kurang menarik perhatian pelanggan untuk mencoba melakukan pembelian pada produknya sehingga menyebabkan penjualan perusahaan menurun. Pelanggan juga menilai bahwa produk perusahaan mudah ditemukan diberbagai tempat dan juga dengan produk yang hampir sama dengan

perusahaan lain membuat pelanggan menjadi sedikit kesulitan dalam memasarkan produk-produknya.

2. Perusahaan dinilai masih menetapkan Harga yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya sehingga membuat pelanggan mengkaji kembali sebelum melakukan pembelian. Selain itu Harga yang lebih tinggi juga membuat pelanggan sedikit kesulitan untuk dijual kembali ke konsumen akhir serta pelanggan juga merasa bahwasannya dengan Harga yang lebih tinggi membuat tingkat laba yang didapatkan oleh pelanggan ketika melakukan penjualan semakin berkurang.

### **1.3 Batasan Masalah**

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Inovasi Produk ( $X_1$ ) dan Penetapan Harga ( $X_2$ ) terhadap Volume Penjualan ( $Y$ ). Objek penelitian ini adalah pelanggan PT. Asia Paramita Indah.

### **1.4 Rumusan Masalah**

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

1. Apakah ada pengaruh Inovasi Produk terhadap Volume Penjualan PT. Asia Paramita Indah?
2. Apakah ada pengaruh Penetapan Harga terhadap Volume Penjualan PT. Asia Paramita Indah?

3. Apakah ada pengaruh Inovasi Produk dan Penetapan Harga terhadap Volume Penjualan PT. Asia Paramita Indah?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Volume Penjualan PT. Asia Paramita Indah.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Penetapan Harga terhadap Volume Penjualan PT. Asia Paramita Indah.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk dan Penetapan Harga terhadap Volume Penjualan PT. Asia Paramita Indah.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Bagi Perusahaan  
Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Inovasi Produk dan Penetapan Harga terhadap Volume Penjualan PT. Asia Paramita Indah.
2. Bagi Akademisi  
Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Inovasi Produk dan Penetapan Harga terhadap Volume Penjualan.