

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tingginya perkembangan teknologi yang begitu pesat seperti saat ini informasi semakin dibutuhkan semua kalangan masyarakat. Perkembangan dunia informasi yang semakin cepat memasuki berbagai bidang sehingga menyebabkan setiap usaha membutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Pada umumnya para pelaku usaha akan selalu berusaha untuk tetap berkembang serta mampu bersaing untuk mencapai tujuannya. Agar tujuan tersebut dapat tercapai maka diperlukan strategi yang efektif untuk meningkatkan Volume Penjualan. 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.

Industri-industri baru yang bermunculan memberikan pengaruh nyata pada produk yang dihasilkan dimana salah satunya adalah produk oli. Sekarang ini banyak industri yang memproduksi oli dengan berbagai merek yang ditawarkan ke pasar sehingga menyebabkan konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih oli yang akan digunakannya dimana hal ini juga berhubungan dengan kebaikan atau manfaat yang ditawarkan oleh oli karena ketika sebuah kendaraan khususnya roda 2 atau sepeda motor menggunakan oli yang salah, maka hal tersebut dapat merusak keadaan mesin sehingga tidak sedikit pula konsumen yang memilih oli yang memang telah menjadi kepercayaan dan juga menjauhkan diri dari produk-produk oli yang pernah memberikannya pengalaman yang buruk.

Toko Riau Motor merupakan toko yang berlokasi di jalan Mandala by Pass No. 142 B, Medan. Riau Motor sendiri adalah toko yang melakukan penjualan pada produk-produk sepeda motor yaitu oli berhubung oli menjadi salah satu hal yang paling wajib digunakan oleh sepeda motor dan harus dilakukan pergantian setiap bulannya agar sepeda motor dapat awet dan tahan lama digunakan. Kesempatan mendapatkan laba yang baik seperti ini tentunya menciptakan sebuah persaingan karena setiap pengusaha tentunya akan melakukan hal yang sama sehingga tidak mengherankan jika Toko Riau Motor untuk saat ini sedang mengalami penurunan pada penjualannya yang. Pada tabel 1.1 di bawah akan teruraikan data penjualannya:

Tabel 1.1
Uraian Data Penjualan Toko Riau Motor

Tahun	Nominal Penjualan	Persentase Penurunan
2016	Rp. 1.352.691.000	-
2017	Rp. 1.268.148.000	6,3%
2018	Rp. 1.173.275.000	7,5%
2019	Rp. 1.024.113.000	12,7%
2020	Rp. 826.087.000	19,3%

Sumber: Toko Riau Motor, 2021

Pada tabel 1.1, nominal penjualan pada tahun 2016 mencapai Rp. 1.352.691.000, namun pada tahun 2020 nominal penjualan hanya mencapai Rp. 826.087.000. Total penurunan yang terjadi selama tahun 2016 sampai dengan 2020 adalah sebesar Rp. 526.605.000. Dalam hitungan persentase, pada tahun 2017 terjadi penurunan sebesar 6,3%, sedangkan pada tahun 2018 adalah sebesar 7,5% dan pada tahun 2019 adalah 12,7%. Untuk tahun 2020 penurunan penjualan adalah 19,3%. Hal ini tentu saja menjadi hal yang sangat tidak baik untuk perkembangan toko kedepannya dan juga terancamnya eksistensi toko berhubung untuk saat ini tidak sedikit pula toko yang menutupkan gerainya karena dinilai

terus mengalami penurunan pada penjualan dan pada akhirnya mengalami kerugian. Hal ini tentunya merupakan hal yang ingin dihindari oleh setiap toko, akan tetapi kerasnya persaingan membuat hal ini menjadi susah untuk dihindari dan dialami oleh berbagai toko setiap tahunnya. Penurunan penjualan toko Riau Motor juga memberikan dampak pada penurunan laba mereka sehingga seluruh perencanaan untuk membesarkan toko ataupun untuk membuka cabang pada akhirnya menjadi tertunda untuk sementara waktu. Penurunan penjualan ini diduga atas adanya beberapa hal yang berkaitan dengan Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Keberagaman Merek.

Menurut Hapsari, dkk (2020:113), Promosi Penjualan merupakan kegiatan yang memberikan insentif pembeli untuk membeli produk atau kegiatan menambahkan nilai untuk pembeli yang dapat ditargetkan kepada konsumen, perantara saluran, atau tenaga penjualan. Permasalahan ini dinilai karena toko tidak pernah memberikan potongan harga ataupun diskon kepada konsumen sehingga membuat oli terlihat lebih mahal dibandingkan yang lain. Selain itu, toko juga tidak menempatkan banyak pajangan oli ditokonya agar dapat dipilih oleh konsumen yang menyebabkan konsumen sedikit kesulitan dalam memilih yang sesuai untuknya. Adapun toko juga tidak memberlakukan sistem voucher dimana setiap pembelian 10 oli akan mendapatkan 1 gratis oli karena adanya beberapa toko yang menerapkan sistem tersebut membuat konsumen mulai beralih ke toko tersebut.

Menurut Sudarso (2016:57), Kualitas Pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan dan juga

salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Permasalahan ini dinilai terkait dengan karyawan yang lambat dalam melakukan penjualan ataupun sulitnya berkomunikasi dengan karyawan karena konsumen menilai bahwa daya tanggap yang dimiliki karyawan sangat rendah. Selain itu, karyawan juga tidak dapat memberikan jawaban ketika konsumen membandingkan 1 merek oli dengan merek lainnya sehingga membuat konsumen menjadi ragu ketika menggunakan merek oli yang ditawarkan oleh toko. Konsumen tersebut pada akhirnya mulai beralih ke toko yang dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pelayanan toko saat ini.

Menurut Zaid (2021:21), Merek merupakan elemen kunci dalam hubungan masyarakat dengan konsumen dimana nilai nyata dari sebuah merek yang kuat adalah kekuatannya untuk menangkap preferensi dan loyalitas konsumen. Permasalahan merek yang berkaitan dengan penurunan penjualan pada toko adalah Keragaman Merek yang dimilikinya dimana toko untuk saat ini memiliki jumlah merek oli yang terbatas sehingga banyak konsumen ketika menanyakan merek yang diinginkan atau dibutuhkannya, toko tidak dapat menyediakannya dengan alasan kekosongan barang. Hal demikian juga sama dirasakan oleh konsumen lain dimana merek oli yang ditawarkan oleh pihak toko terbatas sehingga membuat konsumen tidak memiliki banyak pilihan yang walaupun dirimua menginginkan oli yang terbaik untuk sepeda motor tercintanya. Pada akhirnya konsumen lebih memilih untuk beralih ke toko-toko yang berada di

tempat lain dengan jumlah merek yang lebih bervariasi sehingga konsumen dapat memilih sesuai kebutuhannya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada toko dengan judul **“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN MEREK OLI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA TOKO RIAU MOTOR.”**

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Kurangnya pelaksanaan Promosi Penjualan seperti pemberian diskon ataupun kurangnya pajangan membuat konsumen ragu membeli pada toko tersebut.
2. Kualitas Pelayanan yang cukup buruk membuat konsumen enggan kembali membeli produk pada toko tersebut karena karyawan yang melayani dinilai sangat tidak ramah.
3. Keberagaman merek dari oli yang ditawarkan juga masih terbatas sehingga konsumen tidak memiliki banyak pilihan.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena adanya keterbatasan pada pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara

variabel Promosi Penjualan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Keberagaman Merek (X_3) terhadap Volume Penjualan (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen Toko Riau Motor.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Apakah ada pengaruh Promosi Penjualan terhadap Volume Penjualan pada Toko Riau Motor?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan pada Toko Riau Motor?
3. Apakah ada pengaruh Keberagaman Merek terhadap Volume Penjualan pada Toko Riau Motor?
4. Apakah ada pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Keberagaman Merek terhadap Volume Penjualan pada Toko Riau Motor.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Promosi Penjualan terhadap Volume Penjualan pada Toko Riau Motor.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan pada Toko Riau Motor.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Keberagaman Merek terhadap Volume Penjualan pada Toko Riau Motor.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Keberagaman Merek terhadap Volume Penjualan pada Toko Riau Motor.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Bagi Toko Riau Motor

Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Keberagaman Merek terhadap Volume Penjualan pada Toko Riau Motor.

2. Bagi Akademisi

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Keberagaman Merek terhadap Volume Penjualan.