

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Zaman globalisasi saat ini perkembangan bisnis sangatlah pesat, sehingga banyak orang yang membuat bisnis untuk kelangsungan hidup mereka. Jumlah merk dan produk yang beraneka ragam menjadikan persaingan pasar menjadi sangat ketat. Setiap konsumen memiliki banyak ragam pilihan produk atau merk yang mereka inginkan untuk mereka konsumsi sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing.

Ketatnya persaingan membuat setiap pelaku bisnis dituntut untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada dengan jenis usaha yang sama membuat setiap perusahaan semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen.

Salah satu usaha yang memiliki persaingan ketat saat ini adalah bisnis di bidang roti. Usaha di bidang roti banyak yang bermunculan, sehingga membuat persaingan di dunia roti semakin tinggi. Para pengusaha dituntut untuk menentukan perencanaan strategi pemasaran yang digunakannya untuk menghadapi persaingan yang ketat saat ini.

Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi para calon konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian. Keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan.

Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Faktor kualitas produk dan promosi merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Dalam mengkonsumsi suatu produk biasanya konsumen mempertimbangkan dari segi produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Konsumen mempertimbangkan produk dilihat dari segi bentuk, desain, keistimewaan dari produk, dan rasa yang dimiliki oleh produk. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.

Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Hal inilah yang menjadikan peran promosi penting

untuk perusahaan. Dengan promosi, pengusaha dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen.

Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. Jadi promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran karena dengan promosi bisa membuat konsumen yang semula tidak tertarik terhadap suatu produk bisa berubah pikiran dan menjadi tertarik pada produk tersebut.

Selain itu promosi mampu merangsang permintaan akan suatu produk. Dengan promosi tersebut diharapkan konsumen mau mencoba produk tersebut dan mendorong konsumen yang sudah ada agar membeli produk lebih sering lagi sehingga akan terjadi pembelian ulang dan penjualan produk suatu perusahaan akan meningkat.

Produk yang berkualitas dengan promosi yang tepat akan memiliki banyak peminat, sebaliknya bila suatu produk berkualitas namun tidak banyak dikenal oleh konsumen, maka akan terhambat penjualannya. Banyaknya produk roti yang hadir di kota Jakarta membuat persaingan di bidang bisnis tersebut semakin ketat, karena disebabkan oleh banyaknya ragam pilihan hidangan roti dengan variasi bentuk serta rasa, tekstur, harga yang sesuai dengan kualitas

produk yang dihadirkan serta penyebaran informasi secara cepat melalui media online.

Salah satu perusahaan roti yang mampu bertahan serta bersaing di pasar hingga saat ini adalah Roti Pandawa. Roti Pandawa merupakan salah satu pabrik roti yang berlokasi di Jl.Raya Setu No.22 RT 008/RW 003 Kelurahan Setu, Kecamatan Cipayung Jakarta Timur.

Produk dijual kepada supplier roti dan juga kepada pelanggan umum. Saat ini Roti Pandawa mempunyai 3 kategori produk utama yang terdiri dari roti manis, donat, dan roti tawar, masing-masing kategori dibagi menjadi beberapa item yang dibedakan oleh bentuk dan rasa.

Dibidang pemasaran masalah yang dihadapi Roti Pandawa adalah roti yang diproduksi tidak habis dalam satu hari. Produk yang tidak menggunakan bahan pengawet tentu tidak dapat bertahan lama.

Berdasarkan survei awal, penulis menemukan pada kemasan maupun etalase tidak terdapat informasi tentang tanggal kadaluarsa produk. Bila tidak ada informasi tanggal kadaluarsa dan pembeli tidak bertanya mengenai waktu kesegaran roti, serta terjadi keterlambatan penyortiran roti, maka ada potensi konsumen mendapatkan roti yang tidak segar. Hal tersebut tentu akan

menimbulkan potensi keraguan konsumen mengenai kualitas produk pada Pandawa Roti.

Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha didapatkan data penjualan Pandawa Roti sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan Pandawa Roti**

Penjualan Tahun	Total Penjualan
2014	95.700 pcs
2015	108.460 pcs
2016	91.500 pcs
2017	96.890 pcs

*Sumber : Pandawa Roti, diolah penulis*

Berdasarkan Tabel 1.1 , dari tahun 2014 ke tahun 2015 terjadi kenaikan penjualan sebanyak 12.760 pcs, sedangkan dari tahun 2015 ke tahun 2016 terjadi penurunan penjualan yang cukup tinggi yakni sebanyak 16.960 pcs, menurut pemilik usaha, hal ini disebabkan karena mulai banyak pesaing dalam bisnis bakery, sedangkan pada tahun 2017 penjualan mengalami kenaikan sebanyak 5.390 pcs. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa masih terjadi fluktuasi pada penjualan produk Pandawa Roti.

Selanjutnya, kegiatan promosi penjualan produk hanya mengandalkan kekuatan dari mulut ke mulut, artinya belum ada promosi yang dilakukan melalui media sosial dan media *online*.

Keputusan pembelian merupakan proses yang dimulai dari informasi yang diterima oleh calon pembeli, informasi dapat diperoleh

dari keluarga, teman, maupun media sosial yang sedang *trend* saat ini. Menanggapi kondisi tersebut diperlukan strategi pemasaran yang lebih baik, agar menambah minat pembeli dan penjualan produknya dapat ditingkatkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti Pandawa Jakarta Timur “**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang ada di Roti Pandawa, antara lain :

1. Kurangnya pengawasan terhadap hasil produksi
2. Tidak tercantum tanggal kadaluarsa pada produk roti.
3. Kemasan kurang menarik
4. Kurangnya promosi
5. Penjualan produk Pandawa Roti Masih terdapat fluktuasi yang cukup tinggi.
6. Roti Pandawa belum memiliki izin industri makanan
7. Produk belum memiliki izin kesehatan dari BPOM
8. Produk belum memiliki memiliki label halal dari LPPOM

### **C. Pembatasan Masalah**

Mengingat permasalahan yang ada sangatlah luas dan waktu yang terbatas maka penulis melakukan pembatasan masalah. Penelitian ini dibatasi hanya pada variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah utama yaitu mengenai :

1. Kualitas produk
2. Promosi
3. Keputusan pembelian

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah-masalah tersebut penulis mengambil suatu rumusan masalah untuk memudahkan penelitian fokus terhadap masalah inti yang perlu dikaji lebih mendalam dalam penelitian ini.

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Pandawa Roti ?
2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk Pandawa Roti ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Pandawa Roti ?

## **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk :

### 1. Secara Umum :

- a. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Pandawa Roti.
- b. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Pandawa Roti.
- c. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Pandawa Roti.

### 2. Secara Khusus :

- a. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- b. Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi.
- c. Bagi pemilik usaha Pandawa Roti dapat dipergunakan sebagai wawasan mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.
- d. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan, diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian ilmiah dan juga merupakan langkah awal dalam penelitian yang lebih mendalam dan sempurna.

## **F. Manfaat Penelitian**

Selain tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, adapula manfaat penelitian ini dibuat yakni :

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan berpikir terutama berkaitan dengan teori-teori yang didapat di akademik dengan kenyataan di lapangan yaitu mengenai pengelolaan usaha pada Pandawa Roti

2. Bagi pihak akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai keputusan pembelian.

3. Bagi pemilik usaha

- a. Sebagai acuan bagi usaha untuk mengembangkan usaha yang telah dilakukan.
- b. Sebagai dasar dalam mengembangkan kualitas produk dan promosi untuk meningkatkan penjualan produk roti.
- c. Sebagai acuan yang memudahkan bagi masyarakat luas yang ingin membuka usaha bisnis roti.