

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia usaha semakin berkembang, dimana perkembangan yang pesat juga senantiasa berubah bentuk. Evolusi bisnis juga menyebabkan perubahan dalam cara pesaing beroperasi. Persaingan ketat dalam dunia usaha tidak hanya terbatas pada satu jenis usaha saja, melainkan hampir semua jenis usaha. Untuk mencapai posisi yang lebih baik, setiap perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik.

Dalam perkembangan dunia usaha yang sangat pesat, hal ini menjadi ancaman bagi para pembisnis. Oleh karena itu, CV. Bangkit Jaya Solusindo atau yang dikenal GNC Express yang bergerak di bidang jasa khususnya jasa pengiriman barang harus mampu menciptakan strategi harga yang menarik dan promosi yang sangat berperan dalam meningkatkan penjualan produk perusahaan. Salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan adalah keputusan pembelian konsumen. Namun keputusan pembelian konsumen bukanlah tujuan akhir perusahaan untuk menarik konsumen, namun perusahaan harus dapat memastikan bahwa konsumen memilih produknya dan tetap loyal terhadap produk yang ditawarkannya.

Dalam persaingan yang semakin ketat, CV. Bangkit Jaya Solusindo perlu memperbaiki beberapa hal, CV. Bangkit Jaya Solusindo harus mempertimbangkan harga, harga jasa sesuai dengan manfaat konsumen. Fase pengenalan adalah yang paling sulit, Perusahaan yang memperkenalkan jasa terlebih dahulu menghadapi tantangan penetapan harga. Sesuai penulis melakukan observasi di CV. Bangkit Jaya Solusindo, penulis menulis menemukan bahwa penetapan harga di CV. Bangkit Jaya Solusindo kurang bersaing dengan penetapan harga perusahaan jasa pengirim lainnya, hal ini dapat menimbulkan berbagai interpretasi di mata konsumen. Konsumen akan memiliki interpretasi dan persepsi yang berbeda- beda tergantung dari karakteristik pribadi, latar belakang, pengalaman serta pengaruh lingkungannya. Oleh karena itu, para pengusaha harus memperhatikan hal ini, karena dalam persaingan bisnis, harga yang ditawarkan pesaing bisa lebih murah dengan kualitas yang sama atau bahkan lebih baik. Oleh karena itu, CV. Bangkit Jaya Solusindo harus memperhatikan pembeli dan pesaingnya dalam menentukan harga produk atau jasa yang dijualnya.

Selain harga, hal lain yang perlu CV. Bangkit Jaya Solusindo perhatikan adalah promosi, karena promosi sebagai bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan sasaran tentang suatu perusahaan dan produknya, agar mereka siap menerima, membeli dan loyal terhadap produk perusahaan tersebut. CV. Bangkit Jaya Solusindo dalam melakukan promosi tidak menarik sehingga akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Seharusnya CV. Bangkit Jaya Solusindo melakukan periklanan atau promosi penjualan untuk mendorong jangka pendek, dirancang sedemikian rupa untuk menggiatkan pemasaran secara lebih kuat dan cepat, promosi penjualan seperti iklan di media cetak atau elektronik dengan menyebarkan brosur dan flyer, karena dengan adanya promosi penjualan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Seluruh strategi umum sudah diterapkan oleh CV Bangkit Jaya Solusindo. Namun hasilnya belum terlihat secara luas karena tingkat penjualan saat ini belum menunjukkan pertumbuhan signifikan sesuai tujuan perusahaan.

Tabel 1.1. Data Konsumen CV Bangkit Jaya Solusindo Tahun 2023

NO	BULAN	TAHUN
		2023
1	JANUARI	389
2	FEBRUARI	441
3	MARET	403
4	APRIL	386
5	MEI	395
6	JUNI	433
7	JULI	456
8	AGUSTUS	471
9	SEPTEMBER	460
10	OKTOBER	483
11	NOVEMBER	477
12	DESEMBER	481
TOTAL		7298

Pada Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa konsumen CV Bangkit Jaya Solusindo Tahun 2023 sebanyak 7298 konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Untuk disetiap bulannya CV Bangkit Jaya Solusindo belum mencapai target yang seharusnya 500 konsumen /bulan. Dan terlihat masih adanya penjualan yang tidak stabil dalam tiap bulannya, ini menunjukkan bahwa harga dan promosi harus

di tingkatan supaya menarik konsumen untuk memutuskan pembelian CV Bangkit Jaya Solusindo.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di CV. Bangkit Jaya Solusindo”.

I.2. Identifikasi Masalah

Dengan melihat beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Harga yang kurang bersaing.
2. Masih kurangnya promosi seperti iklan di media cetak atau elektronik dengan menyebarkan brosur dan flyer.
3. Promosi tidak menarik yang akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
4. Masih adanya komplain dari pelanggan.

I.3. Pembatasan Masalah

Penelitian ini adalah sebagai berikut : Dari masalah yang sudah dijabarkan diatas, terlihat bahwa harga dan promosi masalah utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan alasan tersebut, maka penulis membatasi penelitian pada “Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo”.

I.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo?
2. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo ?
3. Apakah secara simultan harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mempunyai tujuan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo.
3. Untuk mengetahui secara simultan apakah harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo.

I.6. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini semoga memberikan manfaat baik yang bersifat teori maupun praktis:

1. Bagi penulis
Penelitian ini dapat menambah wawasan secara umum dan informasi tentang pengaruh keputusan pembelian.
2. Bagi CV. Bangkit Jaya Solusindo
Sebagai salah satu alat untuk mengetahui harga dan promosi yang di inginkan oleh Perusahaan.
3. Bagi masyarakat
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

I.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sebagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.