

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kesuksesan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba atau keuntungan dari penjualan produknya adalah dengan melakukan kegiatan pemasaran yang merupakan suatu fungsi penting dalam sebuah perusahaan, sehingga kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat bergantung pada kebijakan strategi pemasarannya. Produk, harga, distribusi dan promosi merupakan variabel yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya. Karena promosi dapat memberikan informasi yang dapat mempengaruhi dan meyakinkan seseorang terhadap produk yang ditawarkan, sehingga dapat menciptakan pertukaran atau jual beli. Kegiatan promosi yang kurang tepat akan menurunkan *market share* dan menurunkan volume penjualan, tetapi apabila kegiatan promosi ini dijalankan sesuai dengan strategi dan pertimbangan yang baik maka akan memberi pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan dan menghemat dana perusahaan.

Salah satu dari kegiatan pemasaran yang dijalankan pengusaha Bakso Aci Kang Cimud yang merupakan produk makanan instan dengan kemasan

beku bisa bertahan dalam suhu kulkas hingga satu minggu. adalah dengan kegiatan promosi. Pengusaha Bakso Aci Kang Cimud menggunakan promosi dengan beberapa cara yang salah satunya dengan media sosial dan pemberian potongan harga (diskon).

Berdasarkan wawancara dengan beberapa konsumen Bakso Aci Kang Cimud pada tanggal 7 Nopember 2022 menunjukkan hasil bahwa promosi pada pemasaran Bakso Aci Kang Cimud kurang optimal. Untuk lebih jelas dapat dilihat tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Hasil Wawancara

No	Mengenal Produk dari	Jumlah	Daya Tarik	Jumlah	Alasan Membeli	Jumlah
1	Sosmed	2	Murah	2	Diskon	18
2	Mulut ke mulut	18	Variannya Banyak	12	Pingin	5
3	Pemilik	10	Rasanya Enak	16	Dil	7
	Responden	30		30		30

Sumber : Data olahan peneliti

Selain variabel promosi, variabel harga juga sangat penting untuk diperhatikan oleh sebuah perusahaan. Variabel harga merupakan variabel yang dianggap paling menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual perusahaan. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Menurut Bashu Swastha (dalam Nasution dkk, 2020) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan

untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Konsumen akan merasa puas apabila manfaat yang mereka dapatkan sebanding atau lebih mahal dari nominal yang mereka keluarkan, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa yang tertarik membeli karena harganya murah hanya 2 responden, hal ini menunjukkan bahwa produk Bakso Aci Kang Cimud masih tergolong lebih mahal dibanding produk sejenis yang beredar di pasaran. Berikut beberapa merek Bakso Aci beserta harganya :

Tabel 1.2
Hasil Observasi Perbandingan Harga dengan Merek Lain

NO	MEREK	HARGA
1	Bakso Aci Kang Cimud	12.000
2	Bakso Aci Cak Imam	10.000
3	Bakso Aci Premium	6.000
4	Bakso Aci Si Umar	10.000

Sumber : Data olahan peneliti

Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Kotler dan Armstrong, 2012).

Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*. Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa pencarian informasi dan evaluasi merupakan hal yang

dilakukan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Konsumen akan melakukan evaluasi terhadap berbagai alternatif pilihan yang ada dan memilih produk mana yang dapat memberikan manfaat serta kepuasan. Konsumen juga akan mempelajari dan mengumpulkan informasi tentang produk yang akan dibeli.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Bakso Aci Kang Cimud di Kedayang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang akan diteliti oleh peneliti adalah :

1. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Bakso Aci Kang Cimud di kedayang ?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Bakso Aci Kang Cimud di kedayang ?
3. Apakah promosi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap pembelian produk Bakso Aci Kang Cimud di kedayang ?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus serta untuk membatasi permasalahan yang diteliti, penulis membuat batasan variabel yang diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen produk Bakso Aci Kang Cimud di kedanyang.
2. Pembahasan akan mencangkup pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk Bakso Aci Kang Cimud.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Bakso Aci Kang Cimud di Kedanyang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Bakso Aci Kang Cimud di Kedanyang.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Bakso Aci Kang Cimud di Kedanyang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan, pengetahuan dan juga dapat digunakan sebagai pembanding untuk penelitian yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini merupakan pengalaman berharga dimana penulis dapat menambah wawasan serta pengetahuan baru mengenai “Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan

pembelian produk Bakso Aci Kang Cimud“ dan sebagai penerapan disiplin ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan.

b. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini sekiranya bisa dipergunakan untuk memperbanyak referensi perbendaharaan buku penelitian yang ada di perpustakaan, terlebih lagi dapat dijadikan tolok ukur untuk melakukan penelitian selanjutnya.

c. Bagi Pengusaha

Diharapkan bisa memberikan masukan terhadap pengusaha, sehingga pengusaha lebih memahami tentang strategi pemasaran yang tepat pada Produknya sehingga diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.