

# **BAB 1.**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Krisis ekonomi yang telah berubah menjadi krisis multidimensial sangat berpengaruh terhadap kondisi perusahaan. Perusahaan harus mampu tetap bertahan dalam kondisi yang sulit. Perusahaan harus mampu menyesuaikan dengan kondisi luar yang telah banyak mengalami perubahan. Persaingan pasar, harga-harga barang yang kian naik, gaji karyawan dan faktor – faaktor lain. Krisis ekonomi yang telah berubah menjadi krisis multidimensial sangat berpengaruh terhadap kondisi perusahaan. Perusahaan harus mampu tetap bertahan dalam kondisi yang sulit.

Pada hakekatnya suatu perusahaan merupakan suatu wadah atau tempat untuk memproduksi barang-barang atau jasa. Guna memenuhi permintaan konsumen untuk memenuhi hasil yang diinginkan, Perusahaan dihadapkan pada berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhinya antara lain faktor modal, faktor peralatan yang digunakan, faktor tenaga kerja dan faktor pemasaran (Stanton 1998)

Pada masa sulit seperti sekarang ini, masyarakat kita semakin pandai untuk berfikir lebh efektif dan menguntungkan, banyak para konsumen untuk memenuhi kebutuhannya lebih memilih hal-hal yang praktis baik dari sisi jenis barang yang dibutuhkan maupun proses pemenuhan kebutuhan tersebut. Mereka akan lebih memilih berbelanja sesuai kebutuhan, entah dikarenakan sudah lebih

ekonomis , atau mereka lebih memilih praktis dari sisi waktu. Sehingga para konsumen tersebut akan mencari proses pemenuhan kebutuhan yang tidak mengeluarkan biaya lebih tetapi segala kebutuhan sudah terpenuhi. Sebagai contoh, para pembeli atau konsumen akan lebih memilih suatu tempat atau distributor yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan tersebut, dengan harga yang relative lebih murah dan pelayanan yang lebih nyaman. Mereka tidak perlu kebeberapa tempat untuk memenuhi kebutuhan mereka, tetapi cukup hanya pada satu tempat atau distributor saja untuk memenuhi kebutuhan mereka, selain menghemat waktu , mereka bisa mendapatkan harga yang lebih ringan dan pelayanan lebih. Dari fenomena diatas, para penyedia barang atau distributor akan berusaha untuk menyiapkan segala kebutuhan dari para konsumen tersebut demi meraih pasar dan mencapai target penjualan. Oleh karena itu UD. Jaya Subur sebagai distributor akan berusaha memperbaiki pelayanan mereka seperti contoh diatas.

Menyadari pentingnya faktor- faktor diatas maka perusahaan ingin melihat sejauh apa faktor – faktor tersebut dapat meningkatkan jumlah pendapatan perusahaan. Diantara faktor produksi, permodalan, tenaga kerja, promosi faktor pemasaran dalam peningkatan penjualan juga mempunyai peran vital dalam merealisasikan tujuan yang diinginkan perusahaan( Swastha Basu 2004). Peran dari faktor pemasaran selain dari promosi tidak bisa lepas juga dari unsur harga, layanan, retur dan varian produk yang dalam hal ini akan mempengaruhi keputusan pedagang ecer untuk membeli barang-barang pada distributor. Dengan begitu banyaknya distributor dengan model yang sejenis dan yang jelas

merupakan kompetitor dari distributor UD. Jaya subur, maka dari itu UD. Jaya Subur ingin melihat sejauh apa kiat-kiat dalam pola pemasaran yang digunakan untuk mempengaruhi keputusan pedagang ecer untuk mau membeli barang-barang yang disediakan oleh UD. Jaya Subur.

Dalam hal ini beberapa faktor yang akan kami kaji dari faktor pemasaran adalah *Harga, Layanan, Retur dan Varian Produk*. Dimana kaitan dengan pemasaran ini tentu berhubungan dengan daya beli pedagang atau animo pedagang dalam menentukan keputusan untuk membeli produk atau barang yang disediakan UD. Jaya Subur yang dalam hal ini sebagai distributor yang berupa makanan ringan, minum instan dan kebutuhan lainnya.

Keputusan pembeli dalam hal ini dipengaruhi ke empat factor yang merupakan variable X antara lain Harga, Pelayanan, Retur dan varian Produk. Dari ke empat variable ini manakah yang paling dominan. Perkembangan dan kemajuan perusahaan selanjutnya tergantung bagaimana perusahaan dapat menerapkan kebijakan untuk menerapkan atau lebih memperhatikan variable mana yang sangat dominan memberikan pengaruh kuat kepada pedagang dalam mengambil keputusan untuk membeli barang-barang pada UD. Jaya Subur. Namun secara bersamaan perusahaan juga harus memperhatikan perkembangan system –sistem promosi yang digunakan. Jika seorang pemasar mampu mengidentifikasi kebutuhan konsumen dengan baik, mengembangkan produk berkualitas, menetapkan harga, serta mempromosikan produk secara efektif, maka produk– produknya akan laris dipasaran (Cravens,DW,1996). Sehingga sudah sewajarnya jika segala kegiatan perusahaan harus selalu dicurahkan untuk

memenuhi kebutuhan konsumen dan kemudian konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut. Dan pada akhirnya tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba akan tercapai ( Stanton, 1996 ).

## 1.2 Rumusan Masalah.

UD. Jaya Subur sebagai Distributor dari barang-barang konsumsi sebagai contoh, makanan ringan , snack, minuman sachet, minuman instan lainnya perlu juga mengevaluasi pelaksanaan pemasaran secara tepat. Selama ini perusahaan telah memberikan empat jenis material pemasaran sebagai sarana penunjang faktor –faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang yaitu *Harga, Layanan, Retur dan Varian Produk*.. Perusahaan perlu meninjau apakah *faktor harga* yang diberikan perusahaan kepada pedagang ecer mampu mempengaruhi keputusan pedagang secara positif baik parsial maupun secara simultan. . Dalam hal ini UD. Jaya Subur juga perlu mengetahui variabel pemasaran yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pedagang . Dalam kondisi tersebut perusahaan tetap dituntut mampu melakukan pelayanan dengan baik. Perusahaan harus dapat meningkatkan pelayanan atau servis meski kondisinya kurang menguntungkan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan perkembangan perusahaan paling tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Untuk menjaga dan meningkatkan keputusan pembeli maka perusahaan harus menyiapkan unsur dalam pemasaran yang diberikan terutama material pemasaran yang berupa ( harga, layanan, retur dan varian produk), karena kondisi kerja dalam perusahaan masih menuntut hal yang lebih ,dalam memperhatikan

kebutuhan pokok mereka. penerapan unsure pemasaran ini menentukan efektifitas perusahaan dalam meningkatkan penjualan . Material pemasaran ini harus diberikan dengan mempertimbangkan kondisi keuangan perusahaan. Oleh karena itu unsure harga, layanan, retur dan varian produk yang diterapkan harus benar-benar memberikan pengaruh secara positif bagi peningkatan keputusan pedagang untuk membeli barang- barang pada distributor UD Jaya Subur. Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah harga, layanan, retur, dan varian produk secara bersama – saman ( simultan) berpengaruh terhadap keputusan pedagang untuk membeli barang dagang pada distributor UD. Jaya Subur..
2. Apakah harga, layanan, retur, dan varian produk secara (parsial) berpengaruh terhadap keputusan pedagang untuk membeli barang dagang pada distributor UD. Jaya Subur..
3. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pedagang untuk membeli barang dagang pada distributor UD. Jaya Subur.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, layanan, retur dan varian produk secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pedagang untuk membeli barang dagang pada distributor UD. Jaya Subur.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga, layanan, retur dan varian produk secara parsial terhadap keputusan pedagang untuk membeli barang dagang pada distributor UD. Jaya Subur.

3. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pedagang untuk membeli barang dagang pada distributor UD. Jaya Subur.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. *Bagi Peneliti*

Dapat mengetahui dan menerapkan teori yang diperoleh , serta dapat memperluas wawasan dan pengalaman terhadap ilmu pengetahuan yang diteliti.

2. *Bagi Perusahaan*

Dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk menentukan kebijaksanaan perusahaan dimasa yang akan datang.

3. *Bagi Akademisi*

Sebagai pertimbangan dalam melakukan penelitian tentang pengaruh kebijaksanaan kompensasi terhadap produktifitas tenaga kerja.

### 1.5 Pembatasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas dan dapat terfokus , maka penulis menentukan ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

- a. Barang yang disediakan oleh Distributor UD. Jaya Subur Jember.
- b. Periode waktu yang digunakan sebagai penelitian adalah mulai tahun 2012-2015.
- c. Ke empat Variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pedagang untuk membeli barang pada Distributor UD. Jaya Subur Jember yaitu *harga ,layanan retur dan produk.*