

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis semakin lama semakin berkembang, dimana perkembangan pesat tersebut juga mengalami metamorfosis yang berkeselimbangan. Perkembangan bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di lingkungan dan menetapkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembeli agar mampu berhasil dalam menjalankan usahanya. Perkembangan bisnis kuliner saat ini semakin pesat dan beraneka ragam seiring dengan tuntutan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin kompleks akibat perubahan gaya hidup. Berbagai macam konsep, bentuk dan cita rasa ditawarkan para pelaku bisnis ini untuk memanjakan mata sekaligus lidah para penikmat kuliner. Banyak makanan, minuman, sampai jajanan (snack) ditawarkan dengan harga yang bervariasi menurut target pasar yang dituju.

Minat pembelian ulang adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek. Minat pembelian ulang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang untuk waktu yang akan datang. Perilaku pembelian seringkali dihubungkan dengan loyalitas merek. Akan tetapi, pembelian ulang dapat dihubungkan juga dengan pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen di tempat tertentu yang disebabkan oleh faktor tertentu. Minat beli adalah merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Perusahaan harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku belanja konsumen sasaran mereka guna menerapkan strategi yang

tepat guna menumbuhkan minat pembelian ulang. Setiap perusahaan atau suatu usaha keil berlomba-lomba untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Minat beli konsumen dapat dipengaruhi kualitas produk, penjualan personal dan promosi.

Perusahaan harus dapat menerapkan strategi yang tepat dalam menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Industri retail memiliki bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, lokasi dan promosi. Kualitas merupakan syarat utama diterimanya suatu produk di pasar. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Sedangkan Kualitas Produk itu sendiri yaitu merupakan faktor utama yang dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian produk yang kita tawarkan. Banyak perusahaan roti yang memamerkan produk unggulan mereka terutama dari segi penampilan. Dengan kualitas produk yang terjamin akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggannya baik penampilan luar produk. Kotler and Armstrong (2012:59) mendefinisikan kualitas produk adalah senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing, maka hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan lain. Konsumen mencari produk roti yang memiliki kualitas produk yang baik dan dengan harga yang kompetitif. Apabila kualitas produk yang digunakan semakin baik, dan sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan tetap melakukan pembelian.

Selain kualitas produk, penjualan personal juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen karena suatu penjualan personal dapat menjadi suatu patokan suatu perusahaan, dengan pelayanan yang baik biasanya

konsumen berfikir pasti pelayanan yang diberikan memiliki kualitas yang baik dan apabila pelayanan yang diberikan masih meragukan kepuasan konsumen, karena pelayanan yang baik menjadi pemicu keputusan pembelian ulang untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Dimana penjualan personal adalah interaksi langsung, saling bertemu atau bertatap muka antara pembeli dan penjual (Swasta,2003).

Promosi juga tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan kualitas produk dan penjualan personal setiap perusahaan harus melakukan berbagai promosi untuk memperkenalkan produknya agar lebih dikenal oleh masyarakat dengan melihat kualitas produk roti tersebut, sehingga konsumen tertarik untuk membelinya dan konsumen akan merasa puas dan tidak berhenti untuk mengkonsumsinya. Bervarasinya merek dan jenis produk menunjukkan bahwa perusahaan tidak dapat hanya berdiam diri dalam melakukan bisnisnya, karena persaingan pada dunia usaha sekarang ini di hadapkan oleh perusahaan iklim usaha begitu cepat dan *competitive*. Perusahaan harus mulai berfikir kreatif, inovatif untuk mengalahkan para pesaingnya. Hanya perusahaan yang betul – betul kuat yang akan memenangkan persaingan pada situasi saat ini yang semakin hari industri – industri makanan siap saji tersebut akan memperhatikan persaingan lainnya dan mempertahakannya produknya.

Salah satu perusahaan yang mencoba ikut bersaing dalam usaha roti adalah Roti Ceria, dengan menghasilkan produk roti bermerek “Ceria”. Roti Ceria merupakan salah satu pabrik roti yang berdiri sejak tahun 2011 dan tak pernah henti mengeluarkan inovasi di dalam produksinya. Harga yang di tawarkan relatif murah, karena konsumen yang dibidik oleh Roti Ceria ini ialah konsumen menengah kebawah dan juga menengah keatas. Dan Roti Ceria masih tetap bertahan dalam persaingan Roti di Jember. Keunggulan perusahaan yang mempunyai merek Ceria sangat menguntungkan dalam berbagai hal, terutama dalam menghadapi merek-

merek pengikut yang menjadi pesaing di pasar.

Roti Ceria ini merupakan salah satu perusahaan roti di Jember yang termasuk toko roti yang baru namun dapat berkembang dengan cukup baik di tengah persaingan yang ada. Pada mulanya Roti Ceria hanyalah toko roti kecil-kecilan dimana pada awal memulai usahanya hanya memiliki konsumen yang sedikit dan tidak luput dari jatuh bangun dalam dunia persaingan. Awalnya toko roti ini hanya memiliki tempat yang kecil namun seiring berkembangnya toko roti ini, Roti Ceria ini mampu memperluas tokonya untuk keperluan produksinya, karena permintaan konsumen yang semakin meningkat menjadikan Roti Ceria ini memiliki karyawan yang semakin banyak pula. Persaingan yang banyak dihadapi Roti Ceria membuat mereka harus lebih meningkatkan kualitas produk juga berinovatif dibanding pesaing-pesaingnya.

Berikut tabel daftar pesaing Roti Ceria yang didapat dalam observasi pendahuluan diantaranya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1: Daftar Pesaing Toko Roti di Kabupaten Jember

No	Nama Toko	Tahun Berdiri
1.	Roti Anda	1990
2.	Roti Ciliwung	1998
3.	Rolland	2002
4.	Fatimah Bakery	2008
5.	Conato Bakery	2009
6.	Said's Roti	2010
7.	Glovic Bakery	2010
8.	Belgis Bakery	2014
9.	Rotie	2014
10.	Holand	2015

Sumber: Hasil Survey Peneliti Tahun 2017

Berdasarkan Tabel diatas 1.1 diketahui bahwa banyak toko roti di wilayah kota Jember, Seperti yang kita ketahui pada umumnya para pesaing menawarkan produk sejenis dan dengan jangkauan pasar yang sama dengan Roti Ceria. Maka pihak Roti Ceria Jember harus berjuang keras dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Hal tersebut sangat penting karena adanya persaingan yang sangat ketat dari para pelaku bisnis *bakery* lainnya, yang masing-masing pelaku bisnis berusaha menampilkan ciri-ciri produk yang dihasilkan, karakter dan identitas toko, kualitas dan keunggulan produk mulai dari kelezatan roti itu sendiri, varian rasa topping roti, variasi ukuran dan bentuk, ketebalan dan keempukan roti yang berbeda dari outlet toko roti lainnya.

Tabel 1.2: Omset Penjualan Roti Ceria Tahun 2016

No	Tahap Penjualan (Bulan)	Jumlah Hari Perbulan	Omset Penjualan Perbulan
1	Januari	31 hari	Rp 225.000.000
2	Februari	29 hari	Rp 250.000.000
3	Maret	31 hari	Rp 275.000.000
4	April	30 hari	Rp 300.000.000
5	Mei	31 hari	Rp 250.000.000
6	Juni	30 hari	Rp 250.000.000
7	Juli	31 hari	Rp 275.000.000
8	Agustus	31 hari	Rp 300.000.000
9	September	30 hari	Rp 275.000.000
10	Oktober	31 hari	Rp 265.000.000
11	November	30 hari	Rp 287.000.000
12	Desember	31 hari	Rp 290.000.000

Sumber: Hasil observasi Roti Ceria

Dari Tabel 1.2 diatas tersebut mewakili data penjualan dari sebagian kecil contoh Roti Ceria Jember. Berdasarkan tabel 1.2, terlihat bahwa terjadi fluktuasi

(naik turun) pada penjualan di Roti Ceria Jember. Terlihat ada beberapa bulan yang mengalami peningkatan dan penurunan dalam penjualan. Dapat dilihat pada tabel, terjadi penurunan penjualan pada bulan Mei, bulan September, dan bulan Oktober mengalami penurunan penjualan. Fluktuasi angka penjualan tersebut terjadi karena adanya persaingan dari ragam jenis masing-masing produk yang tersedia sesuai dengan kualitas rasa, tekstur dan bentuk roti yang dimiliki yang mampu memenuhi selera keinginan pelanggannya. Melihat kondisi yang demikian, maka pihak manajemen perusahaan harus melakukan sebuah perubahan dengan menghadirkan inovasi baru juga meningkatkan kualitas produk yang lebih, agar dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen, yang pada akhirnya akan memberi rasa percaya konsumen untuk tetap menjadi pelanggan setianya dengan melakukan pembelian kembali terhadap produk Roti Ceria Jember. Atas dasar pemikiran dan asumsi sebagaimana diuraikan diatas, maka judul yang saya tulis atau saya ajukan adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Penjualan Personal dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Roti Ceria Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Ceria Jember ?
2. Apakah penjualan personal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Ceria Jember ?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Ceria Jember ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Roti Ceria Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penjualan personal terhadap keputusan pembelian Roti Ceria Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Roti Ceria Jember.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari adanya observasi ini baik dari peneliti, pihak lain, maupun instansi terkait yang menjadi tempat observasi adalah sebagai berikut:

1. Bagi instansi Roti Ceria Jember dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam pengambilan keputusan manajemen perusahaan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, penjualan personal dan promosi terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi akademisi dapat sebagai sumber informasi dan dapat sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya yang khususnya berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, penjualan personal dan promosi terhadap keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti hasil penelitian tersebut dapat memperkaya ilmu pengetahuan serta pengalaman berharga untuk mengembangkan materi yang telah diperoleh selama kuliah tentang manajemen pemasaran yang berhubungan

dengan pengaruh kualitas produk, penjualan personal dan promosi terhadap keputusan pembelian didalam suatu perusahaan.

