

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Permasalahan ekonomi di Indonesia masih menjadi masalah utama yang sulit untuk dituntaskan, apalagi di seluruh dunia sedang mengalami pandemi Covid 19. Padahal Indonesia sendiri memiliki sumber daya alam yang sangat kaya dan Sumber Daya Manusia yang sangat pula. Akar dari permasalahan ekonomi tersebut kurangnya pengelolaan dan pembimbingan sumber daya manusia hingga terciptanya sumber daya manusia yang berkualitas, kreatif dan inovatif yang dapat memberikan solusi permasalahan ekonomi. Dalam dunia bisnis, perkembangan dan persaingan terjadi begitu cepat. Setiap pelaku usaha dituntut untuk lebih kreatif mempertahankan pasarnya dalam persaingan yang terus terjadi. Dalam menjalankan suatu bisnis, setiap perusahaan harus memiliki upaya untuk memenuhi semua kebutuhan konsumen melalui peningkatan yang tepat dalam melakukan persaingan. Tujuan perusahaan tersebut adalah untuk mendapatkan untung sebesar-besarnya, untuk meningkatkan jumlah penjualan dan memperbesar market share atau pangsa pasar tersebut. (Seiko, 2020).

Menjadi seorang wirausaha adalah alternatif yang bijaksana, selain dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, juga dapat bisa membantu banyak orang lain. Dan bila usahanya berkembang pesat, pelaku usaha dapat menyerap dan memiliki banyak tenaga kerja sehingga dapat membantu lebih banyak orang. (Umi Kurnia, 2017)

Pelaku Usaha harus bisa menentukan strategi bisnis yang tepat agar usahanya dapat bertahan dalam persaingan yang ketat untuk bisnis-bisnis Accessories Handphone dalam kondisi *pandemic* saat ini, sehingga tujuan pelaku usaha dapat tercapai. Pada dasarnya, semakin banyak pesaing maka semakin banyak juga pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk mana saja yang sesuai dengan pilihannya, untuk itu perusahaan harus berpikir lebih maju agar dapat bersaing dengan perusahaan lain seperti CV. Reload Acc, CV. Raja Cell, toko Bob Acc, dan toko Pelangi Acc. Permasalahan yang sering ada di pemikiran pelaku usaha baru sekarang ini adalah kurangnya daya saing mereka terhadap

pasar, kurangnya strategi yang baik, dan kurangnya pengetahuan dalam pengembangan usaha mereka. Seseorang yang baru ingin memulai ke dunia bisnis sering kali mengabaikan kepuasan konsumen dan strategi promosi yang mereka anggap kurang efektif. Pemikiran mereka yang kurang maju ini harus dibenahi dan dimulai dari para anak muda yang sudah mempunyai usaha dan memiliki pemikiran lebih rasional serta jiwa saing yang lebih tinggi. (Pipit Sri Lestari, 2020).

Salah satu potensi ekonomi yang terus bermunculan adalah bisnis Accessories Handphone. Bisnis ini di yakini berkembang dengan cepat. Dari aspek kehidupan, seseorang mungkin tidak bisa lepas sehari saja dari Accessories Handphone. Accessories Handphone kini menjadi satu – satunya perangkat yang tidak bisa lepas selama 24 jam penuh.

Oleh karena itu toko Accessories Handphone ini merupakan kesempatan bisnis yang menjanjikan bagi pembisnis pemula di Indonesia, sehingga menimbulkan banyak toko – toko Accessories Handphone yang dibuka dan membuat dunia persaingan semakin ketat, dulu kita dapat membeli Accessories Handphone pada toko handphone biasa atau tidak resmi, dan seiring berkembangnya Accessories Handphone munculah toko toko besar atau resmi dari produk-produk Accessories Handphone ternama, semakin ketatnya persaingan dunia bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari penjualan produk yang serupa, membuat para pelaku usaha tersebut semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam mengambil dan menarik banyak konsumen.

Konsumen CV. Wanky Cell ada pelanggan yang tetap dan tidak tetap dan konsumen saat ini sangatlah teliti dalam membeli, tawaran produk yang sangat banyak membuat pembeli semakin memilih dalam menentukan pilihan produk yang akan dibeli, seperti sekarang ini, persaingan di dunia elektronik khususnya persaingan Accessories Handphone, saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, pilihan Accessories Handphone yang semakin hari semakin banyak jenisnya, membuat konsumen semakin bebas menentukan pilihannya, produk apa saja yang dapat memikat dan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. (Pipit Sri Lestari, 2020).

Pandemic COVID-19 yang terjadi di Indonesia memang berdampak pada perekonomian Indonesia. Pembatasan-pembatasan sosial yang dilakukan guna mencegah penyebaran juga membuat pelaku usaha harus beradaptasi terhadap keadaan yang sedang terjadi. Ada beberapa strategi untuk menyelamatkan dan bertahan dalam perekonomian yang ada pada kondisi pandemic di Indonesia saat ini, berikut strategi sebagai berikut :

1. Memperkuat Sumber daya manusia yang ada dengan cara menanamkan pembelajaran mengenai era globalisasi dan teknologi
2. Meningkatkan harga dan promosi serta pelayanan kepada konsumen dengan lebih detail dan menjamin kebersihan dan keamanan produk
3. Mempelajari tentang digital marketing seperti membuat marketplace atau media promosi melalui media sosial
4. Inovasi kreatif yang membuat konsumen tertarik untuk membeli suatu produk pada masa pandemic

Dengan banyaknya persaingan di era COVID-19 sekarang ini, maka diperlukan strategi keunggulan bersaing, Perusahaan harus mampu mengoperasikan dan memaksimalkan semua bidang yang dimiliki oleh perusahaan tersebut seperti kualitas harga dan promosi guna untuk menarik para konsumen yang sangat memberikan peranan penting dan pengaruh besar terhadap penjualan perusahaan. Anak muda yang sudah bergelut di dunia usaha Accessories Handphone inilah yang akan kami jadikan bahan penelitian. CV. Wanky Cell adalah nama dari usaha yang dimiliki saudara kandungnya dari pemuda ini, dan Wanky Cell ini bergerak di bidang ritel aksesoris *gadget*.

Setelah melihat betapa pentingnya pengaruh harga dan promosi, serta sangat berpengaruhnya 2 hal tersebut terhadap penjualan, maka penulis mengangkat judul tentang **“Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada CV. Wanky Cell”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka Apakah permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap minat beli CV. Wanky Cell?

2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat beli CV. Wanky Cell?
3. Apakah ada pengaruh harga dan promosi secara bersama – sama berpengaruh terhadap minat beli CV. Wanky Cell?

1.3. Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini berorientasi kearah yang dituju secara tepat, maka ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh Harga terhadap minat beli CV. Wanky Cell.
2. Untuk menguji pengaruh Promosi terhadap minat beli CV. Wanky Cell.
3. Untuk menguji pengaruh Harga dan Promosi secara bersama – sama terhadap minat beli CV. Wanky Cell.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharap mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana untuk menggunakan ilmu pengetahuan yang sudah dipelajari dan didapatkan di bangku perkuliahan. Selain itu juga, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan bagi penulis
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian dalam hal pengembangan di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan pengaruh harga dan promosi terhadap minat beli.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap akan hasil penelitian yang dilakukan ini dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi untuk membuat kebijakan yang berhubungan dengan pengaruh harga dan promosi terhadap minat beli dari masyarakat, khususnya untuk CV. Wanky Cell dengan harapan dapat membuat perusahaan dan pihak yang terkait didalamnya kearah yang lebih baik lagi.

1.5. Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah yang ditelitinya hanya pada lingkup pengaruh harga dan promosi terhadap minat beli CV. Wanky Cell Harapan Indah, Bekasi.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan keterangan yang lebih jelas terhadap penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulis yang didalamnya berisi informasi materi yang dibahas tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:



BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan topik penelitian pada umumnya dan model konseptual pada umumnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab IV berisi tentang hasil dan pembahasan deskripsi data, hasil olahan, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab V membahas tentang kesimpulan mengenai hasil dari penelitian dan peneliti mengambil kesimpulan dari hasil yang telah diteliti. Memberikan saran untuk menjadi masukan di dalam tempat yang telah diteliti sehingga dapat adanya perubahan menjadi lebih baik dan bermanfaat.