

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam mengeluarkan suatu produk perusahaan perlu menyesuaikannya dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga produk dapat bersaing di pasaran. Hal ini yang menjadikan konsumen memiliki banyak alternative pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Produsen dituntut mampu menyesuaikan diri dengan konsumen karena di dalam kegiatan pemasaran, konsumen yang memegang peran. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh konsumen. Keputusan konsumen terhadap pembelian suatu produk diawali dengan kesadaran pembeli akan adanya kebutuhan. Konsumen menyadari bahwa terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkan. Hal ini mengakibatkan konsumen aktif mencari informasi yang lebih banyak untuk mengetahui produk yang diminatinya.

Setiap konsumen menggunakan berbagai kriteria dalam memilih produk dan merek tertentu. Di dalam dunia pemasaran seperti halnya sebuah kompetisi, setiap perusahaan bersaing untuk memproduksi barang atau jasa yang berkualitas dan memasarkan produknya melalui sebuah promosi. Produk yang berkualitas dan bauran promosi tersebut sangat menentukan keputusan konsumen dalam pembelian. Bauran promosi ini merupakan salah satu variabel di dalam *marketing mix* yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan dalam menawarkan produknya. Salah satu unsur bauran promosi yang di gunakan perusahaan yaitu dengan kegiatan *personal selling*. *Personal selling* merupakan komunikasi yang dilakukan dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan pendapat konsumen. Strategi Pemasaran yang seperti ini dapat terjadi pada penjualan di bidang industri manufaktur IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) di Indonesia.

Produk IPAL menangani Air limbah yang dihasilkan oleh kegiatan komunal, industri, medis dan fasilitas lain merupakan salah satu sumber pencemaran air yang potensial. Air limbah tersebut harus dikelola dengan baik

agar tidak menimbulkan masalah bagi lingkungan maupun masalah kesehatan masyarakat. Makadari itu, Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan No. 1204/Menkes/SK/X2004 tentang Persyaratan Kesehatan Lingkungan Rumah Sakit setiap fasilitas pelayanan kesehatan diwajibkan memiliki Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL). Sedangkan baku mutu air limbah mengacu pada Keputusan Menteri Negara Hidup No.58 Tahun1995 tanggal 21 Desember 1995 tentang Baku Mutu Limbah Cair Bagi Kegiatan Rumah Sakit.

Salah satu Perusahaan IPAL di Indonesia adalah PT Cahaya Mas Cemerlang. PT Cahaya Mas Cemerlang merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang lingkungan, dalam hal ini fokus pada produksi pengolahan limbah cair, pengolahan limbah padat, pengolahan air bersih, dan peralatan gas medis. Salah satu produk yang ditawarkan perusahaan ini adalah pengolahan limbah cair atau IPAL dengan merek dagang BMR (*Biomembrane Reactor*). Produk BMR menawarkan mesin pengolahan limbah cair dimana limbah dihasilkan akan diolah menjadi air baku mutu kelas III dan dapat disalurkan menuju badan sungai terdekat sehingga air tidak mencemari lingkungan.

Dalam penelitian ini, penulis akan fokus untuk meneliti pengaruh produk dan kegiatan *personal selling* terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Instalansi Pengolahan Air Limbah (IPAL) merek BMR milik produsen perusahaan manufaktur PT. Cahaya Mas Cemerlang.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan permasalahan yang harus diselesaikan dalam sebuah penelitian. Perumusan masalah untuk penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Instalansi Pengolahan Air Limbah (IPAL) merek BMR ?
2. Apakah kegiatan *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Instalansi Pengolahan Air Limbah (IPAL) merek BMR?

3. Apakah Produk dan Kegiatan Personal selling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Instalansi Pengolahan Air Limbah (IPAL) merek BMR?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian membahas tentang hal yang ingin diselesaikan dalam suatu penelitian. Tujuan penelitian untuk penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Instalansi Pengolahan Air Limbah (IPAL) merek BMR?
2. Mengetahui pengaruh kegiatan personal selling terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Instalansi Pengolahan Air Limbah (IPAL) merek BMR?
3. Mengetahui pengaruh produk dan kegiatan personal selling terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Instalansi Pengolahan Air Limbah (IPAL) merek BMR?

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan memiliki manfaat atau kegunaan. Manfaat dari penelitian dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Penulis
Agar penulis dapat memahami hubungan produk dan promosi juga terdapat keputusan konsumen dalam memilih instalasi pengolahan air limbah merek BMR, dan penulis dapat memperluas wawasan serta membandingkan teori yang pernah didapat di bangku perkuliahan dengan kenyataan di lapangan kerja.
2. Bagi Perusahaan
Dapat memberikan masukan atau informasi sebagai bahan pengembangan bagi penulis lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini, dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi PT. Cahaya Mas Cemerlang.
3. Bagi Pihak Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi dalam perpustakaan bagi peneliti-peneliti yang berkaitan dengan pembahasan yaitu keputusan konsumen.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan untuk membatasi kajian suatu penelitian agar tetap fokus dalam pemilihan variabel-variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Batasan masalah untuk penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian dilakukan di PT. Cahaya Mas Cemerlang melalui marketing PT. Cahaya Mas Cemerlang.
2. Variabel yang digunakan untuk menentukan keputusan pembelian oleh konsumen adalah produk dan kegiatan personal selling yang dilakukan oleh marketing PT. Cahaya Mas Cemerlang.
3. Sampel yang dari penelitian ini adalah instansi kesehatan yang mengambil produk IPAL merek BMR yang diproduksi oleh PT. Cahaya Mas Cemerlang sebanyak 65 sampel.
4. Pengambilan data hanya dilakukan menggunakan teknik wawancara dan metode angket skala likert.
5. Pengolahan data hanya dilakukan menggunakan regresi linier berganda menggunakan *software* SPSS.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya disusun rumusan masalah dan diuraikan

tentang tujuan, manfaat penelitian, serta batasan masalah kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori yang menjadi teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini. Setelah itu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka berfikir dan hipotesis serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, responden yang menjadi obyek penelitian, analisis data dan perusahaan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan hasil penelitian dan saran-saran.