

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar belakang

Pemasaran merupakan suatu aktivitas perusahaan dalam mengenalkan penjualan suatu produk. Dalam jurnalnya Utami, Hamid dan Marwata (2015) Epigram Vol. 12 No. 2 Oktober 2015 mengatakan bahwa Pemasaran merupakan hasil dari usaha perusahaan untuk menjaga dan memperhatikan pelanggannya melalui pengelolaan yang baik, serta produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dihargai oleh pelanggan dengan menawarkan harga yang wajar. (Utami, Hamid, & Mawarta, 2015)

Setiap perusahaan berusaha menjadi yang terbaik dalam persaingan yang sangat pesat. Perusahaan membutuhkan upaya untuk menghasilkan dan menyampaikan produk barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang sesuai. Dalam jurnalnya Sitanggang, Sidebang, & Mirza (2020) Tijarah, Vo.1 No.19 Tahun 2020 mengatakan bahwa Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Banyak faktor yang mempengaruhi pilihan produk konsumen, seperti Kualitas produk, harga dan promosi yang ditawarkan kepada konsumen (Sitanggang, Sidebang, & Mirza, 2020)

Kualitas produk merupakan aspek penting yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian produk. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan juga harus berkualitas. Selain kualitas

produk, harga juga menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen. Harga adalah nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain yang mewakili manfaat yang akan diberikan oleh suatu barang atau jasa kepada seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Pengetahuan konsumen tentang daftar harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk konsumen, sehingga pelaku bisnis harus dapat menetapkan harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen yang mengevaluasi dan meneliti harga yang tertera pada produk memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku konsumen. (Sa'adah, Dzikri, & Alifah, 2021)

Faktor promosi tak kalah penting dari kedua faktor diatas, diperlukan rancangan strategi dan bentuk program penjualan yang efektif dan efisien untuk mengelola sistem komunikasi pemasaran. Promosi yang paling efektif dilakukan oleh pelanggan yang puas. Oleh karena itu Promosi adalah strategi yang paling umum dan berhasil digunakan oleh banyak bisnis. Promosi bukan hanya strategi bagaimana perusahaan berinteraksi secara tepat dengan pelanggannya, tetapi juga merupakan aktivitas yang mempengaruhi keuangan perusahaan dan harus disesuaikan dengan keadaan perusahaan, sehingga harus dirancang dengan baik. (Aprilia, Herdinata, & Padmawidjaja, 2021)

Di era globalisasi ini, tingginya penggunaan sepeda motor di Indonesia membuat peluang besar bagi para industri ban sepeda motor. Faktor kualitas, gaya hidup serta mobilitas yang tinggi dalam penggunaan sepeda motor membuat industri ban sepeda motor berkembang dengan pesat. Sampai saat ini, mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan transportasi sepeda motor sebagai

transportasi utama untuk melakukan aktivitas sehari-hari. PT. Proban Ostburg Trisakti merupakan salah satu perusahaan yang melakukan penjualan ban sepeda motor dan memiliki pangsa pasar yang cukup banyak. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan ban lainnya, keputusan pembelian sangat diperlukan. Keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen dihadapkan pada beberapa pilihan, dan pada tahap ini konsumen mengambil tindakan untuk mengambil keputusan untuk membeli suatu produk berdasarkan pilihan yang telah ditetapkan. (Arfah, Keputusan Pembelian Produk, 2022) Ban sepeda motor sangat di butuhkan karena pemakaian yang intens membuat ban akan semakin tipis.



Gambar 1.1 Peresmian toko baru
(Sumber : PT. Proban Ostburg Trisakti)

PT. Proban Ostburg Trisakti didirikan pada tahun 2015 yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia yang mayoritas menggunakan kendaraan sepeda motor. Proban tidak hanya melayani penggantian ban saja, melainkan penggantian Oli, Kampas Rem, Accu, dan Pengisian Nitrogen untuk ban. Proban sendiri menjual berbagai jenis merk ban mulai dari ban Proban,

Michelin, FDR, IRC, Zeneos, Aspira, Maxxis. Dengan berbagai jenis ukuran untuk berbagai jenis kendaraan bermotor. Saat ini konsumen dalam memilih ban tidak lagi hanya sekedar membeli ban untuk mengganti yang lama menjadi dengan yang baru, melainkan konsumen mulai menyadari akan pentingnya kualitas ban sepeda motor yang bagus dan tahan lama jika dipakai dengan jarak tempuh yang jauh. Sehingga produk ban sepeda motor menjadi salah satu bisnis yang memiliki banyak peminat.



Gambar 1.2 Etalase ban pada toko Proban
(Sumber : PT. Proban Ostburg Trisakti)

Mulai dari 2015 hingga saat ini PT. Proban sudah memiliki 102 toko di daerah Jabodetabek, Karawang, dan Bandung. Toko pertama didirikan di daerah Perumnas Tangerang. Namun ada satu toko yang menarik yaitu Toko Proban Palmerah yang jaraknya hanya 500m dari *Head Office* PT. Proban Ostburg Trisakti. Toko Proban Palmerah ini dalam 2 tahun terakhir selalu unggul dalam hal penjualannya dibandingkan dengan toko lainnya. Toko ini menduduki ranking pertama dalam penjualannya setiap bulan. Tempatnya yang strategis membuat toko ini sering di kunjungi oleh konsumen, penataan penempatan etalase ban yang membuat konsumen dapat dengan mudah memilih merek serta ukuran ban yang

diinginkan. Proban juga menjual bannya sendiri dengan merk “Proban”, harganya yang relative murah mulai dari Rp 160.000 dengan kualitas produk yang bagus membuat ban proban ini laris terjual. Keunggulan dari ban proban sendiri adalah memiliki masa pakai hingga 11.543KM.

BRAND	UKURAN	JARAK TEMPUH	HARGA
PROBAN	70/90-14	11.543km	Rp. 160.000
ASCENDO	70/90-14	8.222km	Rp. 196.000
FDR	70/90-14	9.639km	Rp. 188.000

Tabel 1.1 Perbandingan Merk Ban
(sumber: hasil uji penelitian PT. Proban Ostburg Trisakti)

Perbandingan harga ban Proban dengan ban merek lain terlihat sangat beda, ban proban jauh lebih murah dibandingkan dengan harga ban dari kedua merek diatas. Walaupun ban Proban memiliki harga yang tergolong murah, namun kualitas yang di berikan tetepa yang terbaik. Dilihat dari jarak tempuh masa pakai ban proban, jika dilihat dari kedua merek lain, ban proban jauh lebih unggul. Karena dengan harga Rp 160.000 jarak tempuh masa pakai ban Proban bisa mencapai 11.543km.



Gambar 1.3 Perbandingan ban proban dengan ban lain.
(Sumber : PT. Proban Ostburg Trisakti)

Selama 3 tahun berturut turut penjualan ban proban di toko proban palmerah terus mengalami peningkatan drastic dimulai pada tahun 2020 yang memperoleh pendapatan ban proban sebesar Rp 13.190.908,93 , lalu pendapatan melonjak drastic pada tahun 2021 yaitu Rp 138.177.600,32 , dan sampai pada tahun 2022 penjualan ban proban terus meningkat sampai menyentuh angka Rp 206.445.454,12

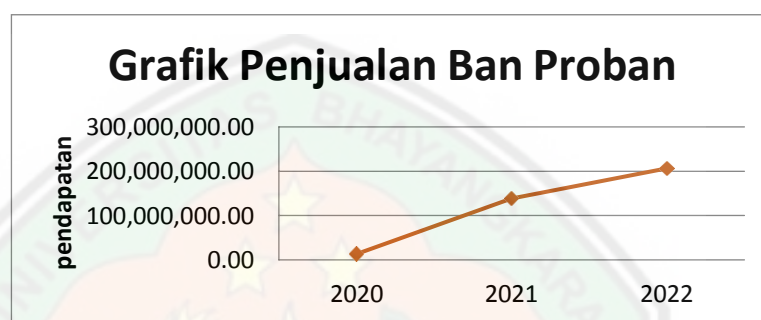


Table 1.2 Grafik penjualan ban proban toko proban Palmerah per tahun
(sumber: Pt. Proban Ostburg Trisakti)

Proban menawarkan banyak promosi yang diberikan untuk para pelanggan yang menjadi member. Dalam jurnalnya (Sitanggang, Sidebang, & Mirza, 2020). mengatakan bahwa Promosi dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli suatu produk jika perusahaan dapat menawarkan promosi yang menyarankan dan menjelaskan dampaknya bagi konsumen.



Gambar 1.4 Spanduk Promo Member
(Sumber: PT. Proban Ostburg Trisakti)

Dengan adanya promosi akan meningkatkan penjualan sebuah produk. Proban memberikan promo yang menarik yaitu dengan memberikan diskon sebesar 20% kepada konsumen yang telah menjadi member, memberikan voucher diskon sebesar 20% kepada member yang sedang berulang tahun, memberikan kompensasi tukar ban sampai dengan Rp 100.000, garansi ban selama 6 bulan dan tambah poin 5.000 yang nantinya bisa ditukarkan dengan item oli, kampas rem, accu dan lain lain. Dalam dunia usaha pasti ada yang dinamakan persaingan, proban sendiri memiliki kompetitor lain seperti Planet ban, Shop & Bike yang memiliki banyak toko di Indonesia. Bahkan Planet Ban sudah meluaskan pasarnya di seluruh Indonesia. Untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk dalam mendukung pencapaian Toko Proban Motoparts Palmerah, maka dalam konteks ini, penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian ban proban pada toko proban motoparts palmerah memiliki peran penting dalam keputusan pembelian. Maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ban Proban”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada Toko Proban Palmerah yang akan dikaji selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ban proban pada Toko Proban Palmerah ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ban proban pada Toko Proban Palmerah?

3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian ban proban pada Toko Proban Palmerah?
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Proban Palmerah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah dan rumusan masalah maka tujuan penelitian pada Toko Proban Palmerah adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ban proban.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ban proban.
3. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian ban proban.
4. Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian ban proban.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan memberikan pengetahuan seras kegunaan bagi pihak – pihak antara lain :

1. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan peneliti dalam ilmu manajemen khususnya tentang penjualan dan pemasaran.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi pertimbangan dalam pengelolaan penjualan ban serta dapat membantu meningkatkan penjualan.

3. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian lanjutan untuk memperluas dan mengembangkan ilmu manajemen khususnya mengenai keputusan pembelian.

1.5 Sistematis Penulisan

Sistematis penulisan merupakan kerangka penyusunan skripsi dari bab awal hingga bab terakhir. Tujuannya dengan sistematis penulisan para pembaca akan dapat lebih mudah memahami isi penelitian (Machmuddah, 2020). Adapun sistematis penulisan skripsi ini meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematis penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi literature yang mendasari topic penelitian secara umum, dan model konseptual penelitian secara umum.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, tahap penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang profil perusahaan, hasil analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan dan saran dari penelitian yang dilakukan.



