

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dan dinamis saat ini membuat banyak perusahaan akhirnya melibatkan informasi sebagai strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Dan salah satu bentuk informasi dalam kegiatan pemasaran yang banyak digunakan perusahaan adalah konsep periklanan. Periklanan sangat penting untuk bisnis, terutama yang memasarkan produk non-esensial. Sebagai bentuk informasi, periklanan selalu mengalahkan personal selling, sehingga diharapkan juga menjangkau banyak konsumen sehingga meningkatkan permintaan produk atau jasa. Brosur adalah alat pemasaran yang membantu bisnis menginformasikan konsumen tentang produk atau layanan mereka dalam brosur. Brosur biasanya berisi konten berupa teks dan gambar, dikemas dalam desain yang menarik untuk merangsang minat calon konsumen terhadap produk atau jasa tersebut. Penggunaan brosur dalam pemasaran produk tetap sangat efektif dalam mempengaruhi minat konsumen. (Poluan, 2016)

Keputusan pembelian sebuah proses di mana konsumen mencoba mengidentifikasi masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi seberapa baik setiap opsi dapat memecahkan masalah mereka, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yang dilalui konsumen sebelum membeli suatu produk. Pemilihan dari dua atau lebih alternatif keputusan pembelian, yang berarti seseorang dapat mengambil satu keputusan dan harus mengabaikan beberapa pilihan. (2020)

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang penting dalam hal kemajuan perusahaan, karena dengan semakin besar konsumen ingin membeli

produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk mendapatkan profit dan pelanggan tetap. Keputusan pembelian tidak hanya dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari segi bisnis, namun juga dengan semakin banyaknya konsumen membeli suatu produk, maka perusahaan tersebut akan dikenal oleh banyak orang dan juga konsumen akan loyal kepada perusahaan tersebut. Untuk membuat seseorang memutuskan membeli produk yang perusahaan berikan, banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan misalnya dengan memberikan kualitas terbaik dari produk itu sendiri.

Keputusan pembelian pada dasarnya merupakan suatu proses sehingga konsumen menetapkan produk atau jasa yang akan dibeli. Analisis terhadap keputusan pembelian konsumen akan memberikan informasi yang jelas terkait harapan konsumen terhadap produk sehingga dapat memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan harapan konsumen. Upaya ini dapat terwujud dengan adanya penetapan secara tepat terkait dengan bauran promosi yang akan dilakukan. (Jamaludin, 2015)

Keputusan pembelian adalah aktivitas individu yang secara eksklusif terlibat dalam pengambilan keputusan buat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan sang penjual. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang meliputi penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian. (Kusuma, 2020). Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli. (Montolalu, 2021)

Dalam pengambilan keputusan pembelian suatu jenis produk atau jasa salah satunya *catering*, konsumen pada awalnya memiliki tolak ukur yang berbeda-beda, karena reaksi konsumen terhadap suatu jenis produk tertentu ditentukan oleh minat,

keyakinan, keinginan dan tindakan yang pada akhirnya berujung pada pembelian. sesuai keinginan mereka. Umpan balik konsumen mempengaruhi perkembangan produk ketika konsumen merasa kebutuhannya sesuai dengan keinginan dan selera, konsumen senang dan berbagi pengalaman dengan konsumen lainnya. Namun keputusan pembelian seringkali berubah karena proses keputusan pembelian melibatkan lima langkah: identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. (Marpaung, 2022)

Selain itu informasi merupakan data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata serta terasa bagi keputusan saat itu atau keputusan yang akan datang. seberapa besar suatu informasi tentang produk dan jasa berguna dan relevan bagi pembeli dalam memprediksi. Bahwa dalam membeli sebaiknya menyajikan informasi yang mencakup kaitannya dengan produk dan jasa yang ada pada brosur, Informasi tersebut sebaiknya berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas dan kegunaan produk atau jasa. Informasi produk dan jasa harus up-to-date untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Hal tersebut dapat membantu pembeli di dalam membuat. (Rachmawati, 2019)

Pada CV Akbar Aqiqoh ini brosur sendiri menjadi salah satu alat komunikasi dengan pelanggan karena didalamnya berisikan informasi yang ingin disampaikan oleh CV Akbar Aqiqoh kepada pelanggannya. Oleh karena itu brosur adalah suatu alat komunikasi yang dapat digunakan untuk menginformasikan pemasaran kepada konsumen. Peneliti memilih lokasi Perumahan Griya Jati Sari karena peneliti berasal dari wilayah atau daerah tersebut dan cukup mengetahui kondisi perkembangan penjualan aqiqoh di wilayah yang menjadi tujuan peneliti.

Brosur juga merupakan bahan cetakan yang berisikan gambar atau tulisan yang berbentuk buku kecil, leaflet, folder, dan lainlain yang berfungsi memberikan suatu informasi kepada masyarakat luas. Brosur termasuk iklan below the line yang masuk kategori literature penjualan seperti leaflet, folder, broadsheet, catalog, jadwal perjalanan, kartu pos berwarna, stuffer, agenda, catatan nomor telpon dan

masih banyak lagi yang lainnya. (Amanu, 2017). Brosur adalah terbitan tidak berkala yang terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain dan selesai dalam sekali terbit. Halamannya sering dijadikan satu, biasanya memiliki sampul tetapi tidak menggunakan jilid keras. (Widya, 2020)

Desain brosur yang diberikan perusahaan tentu saja desain yang menarik untuk dibaca, namun karena keterbatasan ruang dalam brosur, sehingga calon konsumen kurang mengerti apa yang ingin disampaikan perusahaan kepada nasabah, kurangnya informasi yang diberikan atau bahkan berbeda nya penyampaian informasi yang ada di brosur dengan produk yang ada di perusahaan menyebabkan kurang menariknya informasi yang disampaikan kepada calon konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan adanya brosur, dapat menarik calon konsumen untuk membeli produk. Selain itu, brosur dapat dijadikan media oleh konsumen untuk menjawab segala kebutuhannya mengenai informasi penting atau tidak penting, perlu atau tidak, bermanfaat atau sebaliknya karena terkait dengan keputusan pembelian konsumen yang merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa. (Aminah, 2021)

Tradisi menggunakan jasa aqiqoh dan catering sudah menjadi kebutuhan hidup, guna membantu kelancaran dan kesuksesan suatu acara. Dari beberapa gerai yang ada di wilayah Bekasi, saya tertarik dengan salah satu gerai yaitu CV Akbar Aqiqoh. Dengan meningkatnya jumlah penduduk Bekasi dari tahun ke tahun, yang diimbangi dengan meningkatnya kebutuhan pangan serta perubahan pola konsumsi masyarakat yang membawa segala sesuatunya ke arah yang lebih praktis dan efisien. Tidak dipungkiri bahwa saat ini banyak masyarakat yang menyukai kemudahan dan keefisienan serta kenyamanan dengan adanya makanan dan minuman yang siap saji, sehingga jasa aqiqoh dan catering ini sangatlah membantu dalam hal itu.

Tabel 1. 1 Penjualan CV Akbar Aqiqoh

NO	Penjualan	Target	Tahun
1	275.550.000	175.000.000	2019
2	115.650.000	150.000.000	2020
3	175.255.000	100.000.000	2021
4	190.000.000	100.000.000	2022
5	150.000.000	125.000.000	2023

Sumber: Laporan Tahunan CV Akbar Aqiqoh

Berdasarkan Tabel diatas, bahwa penjualan tidak beraturan atau mengalami naik turun dari tahun ketahun dimana pada tahun 2019 penjualan sebesar 275.550.000 dan pada tahun 2020 mengalami penurunan dan untuk tahun 2021 san seterusnya mengalami peningkatan penjualan, jika tidak diikuti dengan kemampuan pemasaran yang baik maka sudah tentu usaha yang dijalankan mengalami kebangkrutan sebaliknya jika usaha mampu meningkatkan pemasaran atau periklanan maka perusahaan mempunyai kemungkinan akan sukses dalam penjualan. Melihat banyaknya varian bentuk iklan yang dilakukan perusahaan lain, khususnya pada bagian *catering*, Pada tahap ini penelitian ingin mengetahui apakah informasi melalui brosur menjadi sarana efektif terhadap keputusan pembelian konsumen CV Akbar Aqiqoh. Maka dari itu penulis mengambil judul **“Pengaruh Informasi Melalui Brosur Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen CV. Akbar Aqiqoh Di Perumahan Griya Jati Sari”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mencoba merumuskan masalah yaitu:

Seberapa besar pengaruh Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV Akbar Aqiqoh?

1.3 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan judul ini “Pengaruh Informasi Melalui Brosur Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV Akbar aqiqoh”, terkait dengan pelaksanaan program periklanan dan fungsi serta advertising terhadap keputusan pembelian . Berkait dengan judul tersebut, maka masalahnya dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh Informasi Melalui Brosur Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV Akbar Aqiqoh

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah antara lain:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh informasi Melalui Brosur melalui brosur terhadap keputusan pembelian Konsumen pada CV Akbar Aqiqoh.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang di dapat dari penelitian ini adalah antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Manfaat penelitian ini dapat menghasilkan konsep untuk pembelajaran ilmu komunikasi mengenai pengaruh informasi melalui brosur terhadap keputusan pembelian CV Akbar Aqiqoh dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Sifat Akademik

Merupakan bahan informasi tentang Informasi melalui Brosur terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Perkembangan penelitian selanjutnya

Hasil dari penelitian ini untuk salah satu sumber referensi bagi penelitian berikutnya yang mengkaji pengaruh .

