

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemasaran merupakan fungsi utama keberhasilan perusahaan dalam memperoleh pendapatan dan laba dari penjualan produknya, sehingga dapat dikatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada kebijakan strategi pemasaran yang ditetapkan oleh perusahaan. Selain kebijakan strategi pemasaran, sumber daya yang dimiliki dikerahkan untuk dapat mencapai sasaran atau target yang ditentukan oleh manajemen setelah pangsa pasar didapat. Pengembangan produk yang bervariasi dengan jaminan mutu kualitasnya, akan membuat harapan terhadap minat konsumen untuk mengkonsumsinya dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup dari para konsumen. Ketertarikan konsumen terhadap produk yang bervariasi akan sangat mempengaruhi volume penjualan. Sedangkan alat yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk dan mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian adalah harga. Kombinasi dari unsur-unsur harga dikenal sebagai price atau bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan perseorangan / wiraniaga.

Efektifitas cara promosi antara pasar barang konsumsi dengan pasar barang industri berbeda. Perusahaan yang memproduksi barang konsumsi dimulai dari iklan kemudian diikuti promosi penjualan, wiraniaga dan publisitas. Sedangkan untuk perusahaan yang memproduksi barang industri dimulai dari wiraniaga kemudian diikuti iklan, promosi, penjualan, publisitas. Dalam menentukan unsur bauran promosi yang paling efektif dan mengkombinasikan antar unsur-unsur tersebut adalah merupakan tugas dari manajemen pemasaran. Dengan penaksiran bauran promosi diharapkan akan dapat diketahui pengaruhnya terhadap volume penjualan dan seberapa besar hasil yang diperoleh sebagai akibat dari dana yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi tersebut.

Menurut Tjiptono (2012:95) secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas “sesuatu” yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli.

Harga adalah segala sesuatu yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Cannon, dkk,2008:176). Pengertian lain harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas sesuatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa

Menurut Oram (2005:145)dalam Buku *Sistem Informasi Akuntansi* pembelian.Pada perusahaan dagang kegiatan pembelian meliputi pembelian aktiva produksi, pembelian barang dagang serta pembelian barang dan jasa lain dalam rangka kegiatan usaha. Terdiri dari dua jenis antara lain: ”pembelian kredit adalah pembelian yang mendapat fasilitas pembayaran lebih dari satu bulan, pembelian secara tunai yaitu pembelian yang dibayar secara langsung tanpa syarat dengan uang sendiri.

pembelian tunai adalah pembelian yang dibayar dengan uang kas perusahaan.”)

Berdasarkan pengertian diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pembelian terdiri dari dua jenis yaitu pembelian tunai dan kredit, pembelian tunai adalah pembelian yang dibayar dengan uang kas perusahaan sedangkan pembelian kredit adalah pembelian yang terjadi dengan adanya syarat tertentu.

Volume pembelian adalah untuk mengadakan material dan part pada kualitas yang tepat dan kuantitas yang tersedia untuk digunakan dalam operasi pada waktu yang tepat dan tempat yang tepat (Galloway; 2000).

Percetakan Jasa Sablon Sony Advertising Kupang adalah salah satu perusahaan percetakan yang ada di kota Kupang yang menjual berbagai varian produk jasa. Perusahaan ini

terletak di kec. kota lama kel. Solor. Perusahaan ini menjual banyak jasa antara lain : Baliho, Neon box, x-banner, prasasti, stempel, Dan masih banyak lagi. Namun peneliti akan lebih fokus ke x-Banner. Berikut adalah tabel data pembelian di Sablon Sony Advertising Kupang.

Tabel 1.1.

Data Volume Pembelian Percetakan jasa Sablon Sony Advertising Kupang Tahun 2016-2020.

NO	Tahun	Produk	Harga X-Banner	Data Pembelian X-Banner
1	2016	X-Banner	120.000.00	1.275 produk
2	2017	X-Banner	120.000.00	1.398 produk
3	2018	X-Banner	130.000.00	1.327 produk
4	2019	X-Banner	130.000.00	1.411 produk
5	2020	X-Banner	135.000.00	1.662 produk

Sumber: Sablon Sony Advertising Kupang

Dari table 1.1 dapat dilihat bahwa volume penjualan mengalami peningkatan. Penurunan jumlah penjualan terjadi pada tahun 2018(1327 produk.) namun pada tahun berikutnya volume penjualan kembali mengalami peningkatan.

Tabel 1.2.

Data Volume Pembelian Percetakan jasa Sablon Sony Advertising Kupang Tahun 2016-2020.

NO	Tahun	Produk	Harga Baliho	Data Pembelian Baliho
1	2016	Baliho	50.000.00	886 produk
2	2017	Baliho	50.000.00	852 produk
3	2018	Baliho	55.000.00	920 produk
4	2019	Baliho	55.000.00	995 produk
5	2020	Baliho	60.000.00	1.125 produk

Sumber: Sablon Sony Advertising Kupang

Dari table 1.2 dapat dilihat bahwa volume penjualan mengalami peningkatan. Penurunan jumlah penjualan terjadi pada tahun 2017(852 produk.) namun pada tahun berikutnya volume penjualan kembali mengalami peningkatan.

Tabel 1.3.

Data Volume Pembelian Percetakan jasa Sablon Sony Advertising Kupang Tahun 2016-2020.

NO	Tahun	Produk	Harga Neon Box	Data Pembelian Neon Box
1	2016	Neon Box	1.250.000.00	230 produk
2	2017	Neon Box	1.300.000.00	263 produk
3	2018	Neon Box	1.450.000.00	298 produk
4	2019	Neon Box	1.500.000.00	290 produk
5	2020	Neon Box	1.600.000.00	354 produk

Sumber: Sablon Sony Advertising Kupang

Dari table 1.3 dapat dilihat bahwa volume penjualan mengalami peningkatan. Penurunan jumlah penjualan terjadi pada tahun 2019(290 produk) namun pada tahun berikutnya volume penjualan kembali mengalami peningkatan.

Penulis mencoba melakukan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk, dan harga terhadap volume penjualan pada Percetakan Jassa salon Sony Advertising Kupang, karena Harga dan Produk merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis suatu usaha apabila perusahaan itu dapat menggunakan strategi pemasaran dengan tepat dan akurat.

Hal ini juga disebabkan karena terjadinya Ekspektasi terhadap target penjualan yang tinggi. Karena itu dibutuhkan strategi pemasaran untuk menjawab masalah tersebut.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Oleh Risa Partina, Satrijo Budi Wibowo, dan Nur Wahyuning Sulisyowati (2017) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap

Volume Pembelian Speedboat Fiberglass Pada Tiniga Samudera Mandiri Kab. Magetan”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan produk terhadap volume pembelian speedboat di Tiniga Samudera Mandiri. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Berdasarkan analisis secara parsial, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel (Harga dan Produk) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu volume pembelian speedboat di Tiniga Samudera Mandiri. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan batas signifikansi 0,05. Ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian maka, hipotesis kedua-duanya dapat diterima. Sedangkan menurut konsumen, kedua variabel independen tersebut dianggap penting ketika akan melakukan pembelian speedboat dan dianggap penting juga bagi perusahaan untuk terus melakukan penjualan untuk memenuhi permintaan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Pengaruh Harga Terhadap Volume Pembelian.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Dhita Adriani Rangkuti (2018) Dengan judul “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Volume Pembelian Yamaha Scorpio Z Di Pt. Alfa Scorpii Sentral Yamaha-Medan”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Secara parsial promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume pembelian Yamaha Scorpio Z (seri cw) di PT. Alfa Scorpii Sentral Yamaha Medan. Adapun variabel harga secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume pembelian Yamaha Scorpio Z (seri cw) pada PT. Alfa Scorpii Sentral Yamaha Medan. Sedangkan secara serempak yaitu variabel promosi dan harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume pembelian Yamaha Scorpio Z (seri cw) pada PT. Alfa Scorpii Sentral Yamaha Medan.

Berdasarkan uraian diatas dimana pasar selalu dinamis dan semakin menuntut pihak pemasar untuk melakukan antisipasi pemasaran produknya, maka menarik meneliti tentang

“ANALISIS PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP VOLUME PEMBELIAN PADA PERCETAKAN JASA SABLON SONY ADVERTISING KUPANG”

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP VOLUME PEMBELIAN PADA PERCETAKAN JASA SABLON SONY ADVERTISING KUPANG

1.3. PERSOALAN PENELITIAN

- 1.3.1. Apakah produk berpengaruh terhadap volume pembelian di Percetakan Jasa Sablon Sony Advertising kupang?
- 1.3.2. Apakah harga berpengaruh terhadap volume pembelian pada Percetakan Jasa Sablon Sony Advertising kupang?

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan persoalan penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- 1.4.1. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap volume pembelian di Percetakan Jasa Sablon Sony Advertising kupang.
- 1.4.2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap volume pembelian di Percetakan Jasa Sablon Sony Advertising kupang.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan pemikiran mengenai Analisis Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Volume Pembelian dan pengembangan ilmu pengetahuan di Universitas Kristen Artha Wacana Kupang, terutama Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan topik ini.

1.5.2. Manfaat Praktis

- ✓ Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan tentang produk, harga dan volume pembelian, agar dapat memperdalam ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
- ✓ Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, informasi tambahan dan dapat sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk memahami sejauh mana peranan produk dan harga terhadap volume pembelian jasa Sablon Sony Advertising Kupang. Serta dapat membantu perusahaan dalam mengambil kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- ✓ Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi bagi pihak Objek (Sablon Sony Advertising Kupang) untuk melakukan kebijakan yang tepat dalam upaya meningkatkan kinerja pembelian perusahaan dengan memperhatikan faktor-faktor yang menunjang terjadinya pembelian yang tidak direncanakan.