

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Perkembangan dunia usaha saat ini berjalan dengan pesat, yang secara tidak langsung menciptakan suatu persaingan, hal ini menuntut pelaku ekonomi untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik perubahan secara mikro maupun global. Langkah yang bisa ditempuh oleh pelaku ekonomi adalah bisa menciptakan dan mempertahankan konsumen/pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menjual barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang bersaing.

Pemasaran merupakan suatu system keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga serta mempromosikan barang dan jasa terhadap pemuasan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun kepada pembeli potensial. dan perusahaan harus melakukan berbagai strategi pemasaran sesuai dengan jenis produk yang dipasarkan, apakah berupa barang atau jasa karena strategi pemasaran merupakan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai suatu sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Suatu perusahaan dituntut untuk dapat melakukan suatu usaha agar dapat menghadapi persaingan yang begitu pesat. Guna menghadapi persaingan yang begitu ketat tersebut perlu dilakukan strategi-strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan salah satunya yaitu dengan cara penetapan harga.

Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Penetapan harga

Sebenarnya cukup sulit karena penetapan harga ini memerlukan suatu pendekatan yang sistematis yang melibatkan penetapan tujuan dan perkembangan harga itu sendiri.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013;151) sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Merek merupakan salah satu atribut yang sangat penting dari sebuah produk yang penggunaannya pada saat ini sudah sangat meluas karena beberapa alasan, dimana merek suatu produk berarti memberikan nilai tambah jumlah produk tersebut.

Menurut Kotler (2008;63) merek adalah nama, istilah, tanda, symbol atau rancangan, kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakan dari produk pesaing.

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari penjualan produk yang dilakukan oleh salesman dan tenaga penjual lainnya. Volume penjualan dihitung berdasarkan target yang diasumsikan dengan realisasi yang dicapai. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Maka kalau volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat. Tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan menurun.

Menurut Schiffan (2005: 118), volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah).

Sedangkan menurut Efendi Pakpahan (2009) faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimal. Secara umum saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan.

Kimia Farma merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang farmasi atau *health care company* tertua di Indonesia. Sebagai perusahaan farmasi, Kimia Farma memproduksi berbagai macam obat untuk memenuhi dan menjamin kesehatan kesehatan warga Indonesia. Kimia Farma juga mendistribusikan obat melalui jaringan apotik dan klinik kimia Farma yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia.

Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang adalah pelayanan farmasi masyarakat lebih sering pergi ke Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang dibandingkan dengan fasilitas pelayanan lain dikarenakan pelayanan lebih cepat, serta waktu buka yang lebih lama dari fasilitas kesehatan lain lain, selain itu Apotik Kimia Farma Oesapa juga melayani pembelian obat dengan menggunakan dengan resep ataupun tanpa resep dokter (terbatas). Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang juga memiliki memiliki fasilitas seperti (farmasi, ruang tunggu, dan area parkir).

Persepsi baik yang cenderung dinyatakan oleh sebagian besar terhadap hampir semua aspek pelayanan sangat bagus.

Dalam upaya mencegah penularan covid 19 ini tentunya kebutuhan konsumen terhadap produk-produk yang bisa mencegah dan melindungi diri mereka dari penularan covid 19, diantaranya yaitu suplemen vitamin, minuman kesehatan, hand sanitizer dan masker. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelaku usaha masker, berdasarkan berita dikompas tanggal 9 April 2020 produsen masker jumlah meningkat drastis selama pandemi covid 19 di Indonesia.

**Tabel.1.1****Data Penjualan Masker (2020) Pada Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang**

Bulan	Merek	Harga (Rp)	Volume Penjualan (bh)	Jumlah
Maret	➤ Solida Masker Inner Disposi @50	➤ 2000	➤ 628	628
April	➤ Masker Non Medis Dus	➤ 2.999	➤ 100	170
	➤ Solida Masker Inner Disposi @50	➤ 2.000	➤ 70	
Mei	➤ Solida Masker Inner Disposi @50	➤ 2.000	➤ 54	325
	➤ Masker Non Medis	➤ 2.999	➤ 151	
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	➤ 2.000	➤ 120	
Juni	➤ Masker Non Medis	2.999	306	418
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	2.000	112	
Juli	➤ Solida Masker Inner Disposi @50	2.000	125	786
	➤ Masker Non Medis	2.999	85	
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	2.000	576	
Agustus	➤ Masker Non Medis	2.999	282	1.295
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	2.000	783	
	➤ Solida Masker Inner Disposi @50	2.000	230	
September	➤ Masker Non Medis	2.999	750	2.802
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	2.000	2052	
Oktober	➤ Masker Non Medis	2.999	78	732
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	2.000	654	
November	➤ Masker Non Medis	2.999	0	257
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	2.000	257	
Desember	➤ Alatamed Earloop Mask @5	➤ 2.000	➤ 1530	1530
Total Penjualan			8.943	

Sumber Data: Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang

**Tabel 1.2****Data penjualan masker (2021) pada apotik kimia farma oesapa kota kupang**

Bulan	Merek	Harga (Rp)	Volume Penjualan (bh)	Jumlah
Januari	➤ Masker Non Medis Dus	➤ 2.999	➤ 0	682
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	➤ 2.000	➤ 682	
Februari	➤ Kifamed Fit Surgical	➤ 2.267	➤ 0	889
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	➤ 2.000	➤ 889	
Maret	➤ Winstar Masker 3Ply @25	➤ 25.200	➤ 109	11.399
	➤ Winstar Masker 3Ply @5	➤ 25.000	➤ 2	
	➤ Winstar Masker 3Ply @1	➤ 5.670	➤ 0	
	➤ Kifamed Fit Surgical	➤ 2.267	➤ 11.244	
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	➤ 2.000	➤ 44	
April	➤ Kifamed Fit Surgical	➤ 2.267	➤ 559	772
	➤ Winstar Masker 3Ply @25	➤ 25.200	➤ 198	
	➤ Winstar Masker 3Ply @5	➤ 25.000	➤ 0	
	➤ Winstar Masker 3Ply @1	➤ 5.670	➤ 11	
	➤ Alatamed Earloop Mask @5	➤ 2.000	➤ 4	
Total Penjualan			13.742	

Sumber Data: Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui volume penjualan jika dibandingkan setiap bulan maka volume penjualan masker yang paling tinggi pada tahun 2020 terjadi pada bulan September dengan total penjualan sebesar 2.802 dan volume penjualan masker yang paling rendah pada bulan april dengan total penjualan sebesar 170. Sedangkan pada tahun 2021 dengan perbandingan perbulan volume penjualan yang paling tinggi terdapat pada bulan maret dengan total penjualan 11.399 dan volume penjualan yang paling rendah terdapat pada bulan januari dengan total penjualan 682. Sedangkan untuk perbandingan selama dua tahun yaitu volume penjualan yang paling tinggi terdapat pada tahun 2021 dengan total penjualan 13.742 dan yang paling rendah pada tahun 2020 dengan total penjualan 8.943.

Pada tahun 2021 data penjualan masker hanya untuk beberapa bulan saja dikarenakan penelitiannya sangat singkat.

Penelitian terdahulu oleh Ritayani Ndruru (2018) dengan judul Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan pada UD Anis Berkat Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variable harga terhadap volume penjualan.

Penelitian terdahulu oleh Raznilawati, Z (2016) dengan Judul Pengaruh Merek Magnum Reload Terhadap Volume Penjualan Pada Zarca Store 2 Di Kota Palopo mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan merek terhadap volume penjualan.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, beda penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu objek penelitian yang dilakukan Pada Apotik Kimia

Farma Oesapa Kota Kupang. menunjukkan bahwa variabel harga dan merek berpengaruh signifikan terhadap volume Penjualan .

Berdasarkan Latar Belakang Diatas ,Maka Penelitian Ini Fokus Terhadap **Pengaruh Harga Dan Merek Terhadap Volume Penjualan Masker Selama Masa Covid 19 Pada Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang.**

Dengan analisis kritis diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran terhadap objek yang akan diteliti sehingga akan dijadikan pijakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi pokok permasalahan ini adalah “Pengaruh Harga dan Merek Terhadap Volume Penjualan Masker Selama Masa Covid 19. Pada Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang.”

## **1.3 Persoalan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah Diatas, Maka Yang Menjadi Persoalan Dalam Penelitian Ini Adalah :

1. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap volume penjualan masker Pada Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang
2. Apakah Merek Berpengaruh Terhadap volume penjualan masker Pada Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang

## **1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap volume penjualan masker pada apotik kimia farma oesapa kota kupang.

- b. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap volume penjualan masker pada apotik kimia farma oesapa kota kupang.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini yang akan dicapai berkaitan dengan penelitian ini adalah:

- a. Manfaat akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman akan teori yang berhubungan dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di UKAW.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi informasi penting bagi pengembangan organisasi atau Apotik Kimia Farma Oesapa Kota Kupang.