

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan bisnis yang sangat berkembang saat ini merupakan sebuah tantangan besar bagi pengusaha untuk tetap berada dalam persaingan industri yang sangat tajam. Perusahaan harus secara jelas menetapkan kearah mana aktivitas usaha dan pemasarannya akan dijalankan dan pihak-pihak mana yang menjadi sasaran dari pergerakan kegiatan usahanya atau dengan kata lain telah menetapkan arah kegiatan usahanya, perusahaan tersebut harus menetapkan pihak-pihak mana saja yang akan menjadi sasaran dari penjualan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Kegiatan pemasaran disini, perlu dipandang penting bagi perusahaan sebagai salah satu usaha terintegrasi membuat produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dimana pemasaran itu sendiri bertugas memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen agar konsumen bisa memenuhi kebutuhannya pada waktu dan tempat yang sesuai.

Dengan adanya berbagai ragam produk menyebabkan konsumen harus berfikir lebih kritis dalam menentukan pilihan produknya, sehingga produsen berusaha bersaing untuk merebut pangsa pasar dengan cara yang lebih agresif dalam menarik minat beli konsumen. Maka pimpinan perusahaan dituntut mampu menyusun suatu langkah-langkah yang paling tepat untuk memenangkan persaingan, sehingga perusahaan kripik singkong muris yang dimanajeri oleh bapak H. Ruhawik Asyik perlu mengambil langkah-langka yang melebihi para pesaingnya

dalam memuaskan kebutuhan konsumen agar mampu menarik minat beli konsumen yang semakin besar lagi.

Alasan mendasar tentang pentingnya suatu strategi dalam perusahaan kripik singkong muris yang terletak di Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep ini, karena kenyataannya laba yang diperoleh tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Artinya terjadi masalah pada produk, harga, promosi dan distribusi yang dilakukan dalam perusahaan ini sehingga kurang menarik minat beli konsumen. Berikut ini merupakan data omzet penjualan Kripik Singkong Muris dari Tahun 2009-2013 pada tabel sebagai berikut ini.

Tabel 1.1
Data Penjualan Tahun 2009-2013

No.	Tahun	Target Penjualan	Jumlah Pencapaian Produksi	Penjualan
1.	2009	20.000 kg/tahun	19.000 kg/tahun	Rp. 218.500.000,-
2.	2010	20.000 kg/tahun	20.300 kg/tahun	Rp. 200.200.000,-
3.	2011	20.000 kg/tahun	18.500 kg/tahun	Rp.198.000.000,-
4.	2012	20.000 kg/tahun	18.000 kg/tahun	Rp.189.000.000,-
5.	2013	20.000 kg/tahun	17.500 kg/tahun	Rp. 180.500.000,-

Sumber: Kripik singkong muris Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Penurunan omzet penjualan yang terjadi pada perusahaan kripik singkong muris dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti produk, harga, promosi dan distribusi yang kurang efektif. Sehingga hal tersebut sangat perlu diperhatikan oleh

perusahaan kripik singkong muris mengenai bagaimana cara yang tepat agar dapat mengatasi masalah yang ada.

Perusahaan kripik singkong muris yang dimanajeri oleh bapak H. Ruhawi Asyik, yang terletak di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep perlu melakukan inovasi produk, harga, promosi dan distribusi yang lebih gencar lagi dari yang sebelumnya agar lebih mampu menarik minat beli konsumen sehingga nantinya mampu meningkatkan kembali omzet perusahaan.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan mengoptimalkan inovasi produk, harga, promosi dan distribusi yang baik akan dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen yang nantinya akan meningkatkan omzet penjualan pada kripik singkong muris.

Untuk itu menarik untuk diteliti berdasarkan latar belakang diatas kami membuat judul “PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KRIPIK SINGKONG MURIS PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA SARONGGI-SUMENEP”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut :

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kripik singkong muris di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kripik singkong muris di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep?

3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kripik singkong muris di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep?
4. Apakah distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kripik singkong muris di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep?
5. Apakah produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kripik Singkong Muris di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian pada MURIS KRIPIK SINGKONG adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian kripik singkong muris di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kripik singkong muris di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep?
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kripik singkong muris di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep.
4. Untuk mengetahui pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian kripik singkong muris di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep?
5. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, dan distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kripik singkong muris di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep?

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

- 1) Untuk menambah pengetahuan penulis mengenai hubungan antara produk, harga, promosi dan distribusi dengan keputusan pembelian.
- 2) Dapat menambah wawasan dan pengalaman baru yang nantinya dapat dijadikan modal dalam meningkatkan proses belajar sesuai dengan disiplin ilmu penulis, terutama setelah terjun ke dunia usaha.
- 3) Untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah didapat di bangku perkuliaan untuk diterapkan pada penyelesaian permasalahan yang ada pada Perusahaan Kripik Singkong Muris di Kecamatan Saronggi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai sumbangan pemikiran dan langka kebijakan perusahaan khususnya yang berorientasi pada keputusan pembelian.

3. Bagi Fakultas / Universitas

- 1) Sebagai bahan informasi penggunaan strategi yang cocok untuk pengembangan usaha terutama bagi pemerhati ilmu pengetahuan sosial dan businessman.
- 2) Sebagai referensi bagi peneliti lain yang mungkin tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang pemasaran di masa yang akan datang.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bacaan ilmiah bagi mahasiswa dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan acuan dalam penulisan karya ilmiah.