# BAB I

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi perusahaan pesaing dimana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran yang harus dipikirkan dan direncanakan terlebih dahulu. Menyadari hal itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan. Kegiatan–kegiatan seperti pengembangan produk, penelitian komunikasi, distribusi, penetapan harga dan pelayanan merupakan inti kegiatan pemasaran. Fungsi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan semua aktivitas yang berhubungan dengan arus barang dan jasa sejak dari produsen sampai konsumen akhir (Nasib, 2017).

Setiap perusahaan memiliki strategi masing-masing guna memasarkan produk untuk menarik ketertarikan pelanggan. Ketertarikan pelanggan akan produk yang diberikan membuat pelanggan merasa senang dan akhirnya akan loyal kepada produk, sehingga kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan akan lebih mudah terbentuk. Hal ini memberikan kemudahan kepada perusahaan untuk menarik pelanggan selanjutnya. Pemasaran produk dari perusahaan dapat melalui berbagai cara antara lain brosur, pamflet, iklan di televisi, dan promosi tertentu pada penjualan produk (Lestari, 2018).

Salah satu tujuan perusahaan yaitu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian memiliki arti penting bagi perusahaan. Sehingga tidak jarang perusahaan terus berbenah dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dengan semakin seringnya para konsumen melakukan transaksi pembelian, maka hal ini akan berdampak kepada peningkatan profitabilitas perusahaan. Disisi lain perusahaan juga akan meningkatkan pangsa pasarnya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu bonus pack. B*onus pack* adalah tambahan produk dari perusahaan untuk diberikan kepada konsumen dengan harga yang sama. Perusahaan berharap dengan penawaran yang menarik dapat diberikan paket bonus khusus. Sehingga diharapakn paket bonus yang diberikan dapat menjadi dorongan kepada para konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah yang lebih banyak pula (Nasib, 2017). Banyak perusahaan yang memilih bonus pack dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Perusahaan mengharapkan dengan adanya pemberian bonus pack akan mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Era globalisasi memberikan pengaruh cukup besar bagi pemasaran dan menumbuhkan tantangan-tantangan baru dalam profesi pemasaran masa kini. Pemasar dituntut untuk dapat memahami bagaimana kejadiankejadian yang ada di berbagi penjuru dunia mempengaruhi pasar domestik dan peluang pencarian terobosan baru, dan tentu saja bagaimana perkembangan-perkembangan tersebut akan mempengaruhi pola pemasaran perusahaan (Habibah & Sumiati, 2016).

PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara merupakan salah satu perusahaan manufaktor yang bergerak pada produk makanan. Tinggi angka persaingan membuat PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara untuk terus berbenah dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan melalui kepuusan pembelian konsumen.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan bahwa keputusan pembelian konsumen cenderung menurun tidak sesuai dengan target yang diharapkan. Berikut adalah daftar taret penjualan PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara pada tahun 2019 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**

**Target Penjualan PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa**

**Deli Serdang Sumatera Utara**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Bulan | Target | Penjualan |
| Januari | 1.450.000.000,- | 1.430.000.000,- |
| Februari | 1.450.000.000,- | 1.239.000.000,- |
| Maret | 1.450.000.000,- | 1.435.000.000,- |
| April | 1.450.000.000,- | 1.429.000.000,- |
| Mei  | 1.450.000.000,- | 1.423.000.000,- |
| Juni | 1.450.000.000,- | 1.423.000.000,- |
| Juli | 1.450.000.000,- | 1.418.000.000,- |
| Agustus | 1.450.000.000,- | 1.401.000.000,- |
| September | 1.450.000.000,- | 1.392.000.000,- |
| Oktober | 1.450.000.000,- | 1.398.000.000,- |
| Nopember | 1.450.000.000,- | 1.395.000.000,- |
| Desember | 1.450.000.000,- | 1.372.000.000,- |

Sumber: Bag. Keuangan PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara (2021)

Berdasarkan tabel di atas, dapat digambarkan pada sebuah grafik, sebagai berikut:

 **Sumber: Hasil Diolah Peneliti (2021)**

**Gambar 1**

**Target Penjualan dan Realisasi Penjualan**

Berdasarkan tabel dan grafik di atas menunjukkan bahwa realisasi penjualan terus mengalami penurunan. Hal ini terlihat bahwa penjualan pada bulan Januari sebesar Rp 1.430.000.000 sedangkan diakhir Desember turun menjadi Rp 1.372.000.000. Hal ini jelas merupakan masalah yan serius khususnya bagi manajemen dalam keterbatasan dalam mencapai target penjualan. Salah satu faktor yang menyebabkan ketidaktercapainya target penjualan yaitu bonus pack yang ditawarkan kepada konsumen. Selama ini konsumen mengharapkan bahwa bonus pack yaitu berupa penguran harga dari harga normal. Misalnya paket pembelian produk makanan, dimana konsumen mengharapkan bahwa harga jual produk diberikan potongan harga. Akan tetapi dari pihak marketing hanya memberikan tambahan produk bukan pada pengurangan harga jual.

Berdasarkan data dari bagian pemasaran tercatat bahwa jumlah pelanggan PT. Alamjaya Wirasentosa sebanyak 379 konsumen. berikut adalah daftar pembagian jumlah konsumen berdasarkan jenis usaha.

**Gambar 1. Jumlah Pelanggan PT. Alamjaya Wirasentosa**

Selanjutnya berdasarkan hasil prasurvey dari bonus pack dan kualitas pelayanan kepada 20 pelanggan PT. Alamjaya Wirasentosa dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 2**

**Hasil Pra Survey Pendahuluan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pertanyaan  | Setuju | Tidak |
| Bonus pack diberikan sesuai dengan yang dijanjikan | 3 (10%) | 27 (90%) |
| Stok produk sesuai dengan yang ditawarkan | 5(7%) | 25 (83%) |

 Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Dari tabel di atas, dapat digambarkan pada sebuah grafik sebagai berikut:

**Gambar 2. Survey bonus pack diberikan sesuai dengan yang dijanjikan**

**Gambar 3. Stok produk sesuai dengan yang ditawarkan**

Berdasarkan survey pendahuluan yang peneliti lakukan bahwa dari 30 orang yang 17 orang (90%) memberikan jawaban tidak setuji mengenai bonus pack yang diberikan PT. Alamjaya Wirasentosa. Kemudian pertanyaan mengenai stok produk ini sebanyak 25 orang (83%) menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat terlihat bahwa bonus pack dan kualitas pelayanan yang ada di PT. Alamjaya Wirasentosa tidak secara maksimal memberikan respon yang baik terhadap harapan konsumen.

Berikutnya faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan atau keputusan pembelian para konsumen yaitu kualitas produk. Selama ini kualitas produk yang sering dibutuhkan oleh konsumen tidak mampu terpenuhi oleh perusahaan. sebagai contoh produk mie instan. Sering kali perusahaan tidak mampu untuk memenuhi pesanan konsumen. Akan tetapi produk yang tidak atau sedikit yang dibutuhkan konsumen memiliki stok yang cukup, sebagai contoh tepung terigu.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Bonus Pack Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara”.***

* 1. **Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah adalah usaha untuk mendaftar sebanyak-banyaknya pertanyaan terhadap masalah yang sekiranya bias ditemukan jawabannya.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Tidak tercapainya target penjualan produk PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara.
2. Kurang tepatnya bonus pack perusahaan, dimana perusahaan dalam memberikan bonus pack berupa penambahan produk bukan pada pemotongan harga produk.
3. Kurang maksimalnya stok produk khususnya ketersediaan produk yang dibutuhkan konsumen sedangkan produk yang kurang dibutuhkan memiliki persediaan yang cukup.
	1. **Batasan Masalah**

Batasan masalah adalah ruang lingkup masalah atau upaya membatasi ruang

lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga penelitian itu lebih bisa fokus untuk dilakukan.

Agar sebuah penelitian tidak memberikan jawaban yang bias atau telalu luas, maka diperlukan suatu batasan masalah. Sedangkan batasan masalah dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Bonus Pack Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara. Mengingat PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara memiliki banyak varians produk, maka peneliti membatasa hanya kepada dua produk yaitu Tepung Terigu dan Indomie.

* 1. **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah adalah tulisan singkat yang berisi pertanyaan tentang topik diangkat oleh penulis. Jadi, rumusan masalah memuat pertanyaan yang hendak dijawab oleh penulis melalui karya tulis ilmiahnya. Rumusan masalah dalam penelitian ini, adalah sebaai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Bonus Pack terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara?
3. Apakah ada pengaruh Bonus Pack dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara?
4. Berapa besar pengaruh Bonus Pack dan Kualitas Produk terhadap Kualitas Produk pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara?
	1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah ungkapan ‘mengapa’ penelitian dilakukan. Tujuan ini merupakan persepsi yang mampu menguraikan atau memperkirakan situasi atau pemecahan masalah pada keadaan dan dapat membuktikan yang akan dilakukan.

Tujuan penelitian dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah bonus pack berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui apakah bonus pack dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara.
4. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh Bonus Pack dan Kualitas Produk terhadap Kualitas Produk pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara.
	1. **Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian adalah untuk menyelidiki keadaan dari, alas an untuk, dan konsekuensi terhadap suatu set keadaan khusus. Penelitian tersebut dilakukan untuk meningkatan pemahaman kita. Penelitian memberikan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan. Manfaat dalam penelitian ini adalah sebaai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk meningkatkan ilmu pengetahuan atau wawasan untuk mendapatkan pengalaman yang baik untuk masa depan serta untuk menyelesaikan mata kuliah skripsi sebagai sala satu syarat kelulusan di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi.

1. Bagi Perusahaan

Untuk bahan masukan yang bermanfaat dan tambahan informasi bagi PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara terutama pada bonus pack dan kualitas produk dan sebagai bahan pertimbangan dalam mengatasi masalah yang terkait dengan penelitian.

1. Bagi Universitas Muslim Nusantara Alwashliyah

Sebagai tambahan literatur kepustakaan tentang Pengaruh Bonus Pack Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Tg. Morawa Deli Serdang Sumatera Utara

#  Anggapan Dasar

Setelah peneliti memilih masalah lalu melakukan studi pendahuluan kemudian merumuskan masalah maka langkah berikutnya adalah menurumuskan anggapan dasar. Menurut Arikunto (2012) mengartikan anggapan dasar merupakan asumsi yang harus diberikan terhadap rumusan masalah. Sehingga anggapan dasar dapat diartikan sebagai asumsi dasar. Selanjutnya anggapan dasar nantinya digunakan sebagai landasan teori dala penyusunan hasil laporan penelitian. Kemudian menurut Arikunto (2012) anggapan dasar atau postulat harus didasarkan pada kebenaran yang telah diyakini oleh peneliti. Jadi anggapan dasar atau postulat merupakan asumsi dasar yang telah diyakini kebenarannya oleh peneliti dan akan digunakan sebagai landasan teori dalam menyusun laporan penelitian.