

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, guna memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang dimiliki dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan/profit yang dihasilkan. Manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasi strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat tercipta loyalitas yang tinggi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Bisnis ritel merupakan suatu kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. Ini merupakan mata rantai terakhir dalam penyaluran barang dan jasa. Penghasil utama dari retailer ini adalah menjual secara eceran ke konsumen akhir. Perdagangan eceran ini sangat penting bagi produsen, karena melalui pengecer produsen dapat memperoleh informasi berharga tentang produknya. Produsen dapat memperoleh data dari pengecer, bagaimana pandangan konsumen mengenai bentuk, rasa, daya tahan, harga dan segala sesuatu mengenai produknya, juga dapat diketahui mengenai kekuatan saingnya (Buchari Alma 2013:54).

Perkembangan bisnis ritel modern pada saat ini di Bangka Belitung berkembang pesat dan menciptakan kondisi persaingan yang semakin ketat.

Melihat kondisi yang seperti ini, setiap bisnis ritel perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk meningkatkan volume penjualan. Menurut Schiffan (2005:118), volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah). Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan harus mampu memasarkan produknya dengan baik. Kegiatan pemasaran perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Meningkatkan volume penjualan dapat dicapai jika strategi bauran pemasaran diterapkan dalam perusahaan dengan tepat.

Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Volume penjualan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, harga suatu produk, dan faktor lainnya.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap meningkatnya volume penjualan. Kualitas produk merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Dengan kualitas produk yang baik bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. Kotler (2011:54) kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh

dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Selain kualitas produk, faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah harga. Harga merupakan juga salah satu faktor yang paling berpengaruh bagi konsumen dalam melakukan pembelian, karena konsumen saat ini cenderung memilih harga yang ekonomis dan terjangkau serta menguntungkan mereka. Apalagi ditengah-tengah situasi perekonomian yang memburuk mengakibatkan konsumen semakin selektif dalam mendapatkan produk-produk yang dikehendaki. Harga itu sendiri adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Menurut Chandra dalam Tjiptono (2009:179), harga merupakan pernyataan nilai dari sebuah produk. Harga juga dapat menunjukkan kualitas merk dari suatu produk, di mana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Jika perusahaan kurang tepat menetapkan harga, maka hal ini akan berakibat fatal. Harga akan selalu dikaitkan dengan kualitas produk, apabila harga ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas maka akan mempengaruhi volume penjualan didalam perusahaan tersebut.

Distro Popin merupakan salah satu bisnis ritel yang bergerak dibidang fashion yang terus berkembang dengan baik dengan memberikan kualitas produk yang bermutu dan *trendy* untuk memenangkan persaingan dalam perusahaan sejenis. Semakin banyak bisnis ritel yang bergerak dibidang fashion yang menjadi saingan distro popin dalam menarik konsumen, maka pihak perusahaan harus

dapat mempertahankan kualitas produknya agar tujuan yang diinginkan bisa tercapai. Para pesaing bisnis ritel dibidang fashion yang cukup dikenal oleh para konsumen dikota pangkalpinang seperti *3second*, *Royal Surf*, dan *Celcius* dianggap saingan distro popin dalam bisnis ritel bidang fashion. Distro Popin adalah sebuah *concept store* distro yang berdiri sejak awal tahun 2009 yang berada di jalan KH. Abdurahman Sidik No.19 pangkalpinang atau didepan Mall Puncak.

Menghadapi gencarnya persaingan dalam bidang pemasaran fashion, maka tuntutan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang bermutu menjadi keharusan yang diperkenalkan kepada konsumen. Pentingnya penetapan harga dan kualitas produk menjadi keunggulan bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualannya. Makin sering suatu produk diperkenalkan kepada konsumen dengan memperbaiki dan menjamin kualitas produk, maka konsumen merasa termotivasi untuk memiliki produk tersebut. Atas dasar ini, pihak Popin Pangkal pinang menyadari bahwa untuk meningkatkan volume penjualan, maka harga dan kualitas produk menjadi hal penting di dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian produk oleh konsumen. Bauran promosi menjadi sebuah hal yang diutamakan di dalam melakukan pengenalan suatu produk untuk mengambil keputusan pembelian produk. Pada umumnya, konsumen yang ingin melakukan pembelian sebuah produk selalu mencari pengenalan produk yang tujuannya untuk melakukan perbandingan dan melakukan tinjauan langsung sesuai dengan bentuk promosi yang menjadi informasi bagi konsumen dalam mengambil sebuah keputusan.

Data penjualan produk di Distro Popin selama 12 bulan pada tahun 2015 sebagai berikut :

Tabel I.1 Data Penjualan Distro Popin

No	Bulan	Penjualan
1	Januari	334
2	Februari	256
3	Maret	301
4	April	326
5	Mei	390
6	Juni	382
7	Juli	423
8	Agustus	658
9	September	230
10	Oktober	248
11	November	521
12	Desember	256
Total		4236
Rata – rata Responden		353

Sumber : Distro Popin Pangkalpinang (2016)

Berdasarkan tabel I.1 dapat dilihat bahwa produk di Distro Popin pada periode tahun 2015 mengalami perubahan penjualan. Hal ini ditunjukkan dengan adanya perubahan penjualan yang berfluktuasi tiap bulannya.

Fluktuasi penjualan yang dialami oleh Distro Popin dari tiap bulan pada periode tahun 2015 memberikan gambaran bahwa kepuasan pelanggan memiliki kecenderungan yang tidak tetap dalam membeli produk tersebut. Hal ini dikarenakan banyaknya pesaing yang bermunculan didalam dunia fashion yang menampilkan merek dengan kualitas dan harga yang terjangkau sehingga membuat para konsumen pecinta fashion untuk mencoba produk baru tersebut. Keadaan ini membuat dampak pada volume penjualan pada suatu produk. Distro popin pun dituntut untuk memberikan kualitas produk dan harga yang sesuai untuk menarik minat para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Produk yang ada di distro popin merupakan produk yang bermerek yang sudah memiliki komunitas dan penggemar masing-masing seperti *star croos*, *unkle 347*, *screamous*, *gee eight*, *bloop endorse*, *cosmic*, dan *teenager*. Produk di distro popin menampilkan simbol - simbol kebebasan dan selalu *up to date* dan *fresh* sehingga benar-benar bisa merebut hati para konsumen. Jumlah yang terbatas dengan desain yang berkarakter menjadi ciri tersendiri dari produk yang didistribusikan. Hal lain yang membedakan adalah merek-merek tersebut untuk wilayah pangkalpinang hanya terdapat di distro popin.

Distro popin menetapkan harga lebih relatif murah dari pada para pesaing yang menjalani usaha sejenis. Harga pakaian di distro popin berkisar antara Rp. 85.000 sampai dengan Rp. 350.000. Distro popin menetapkan harga yang bervariasi dan juga memberikan kualitas produk yang terbaik dengan tujuan untuk menarik konsumen. Berikut ini adalah daftar harga di distro popin dan daftar harga di *tree second* :

Tabel I.2 Daftar Harga di Distro Popin dan di *Tree Second*

Distro Popin	Harga	Tree Second	Harga
Baju	Rp 105.000 - Rp 120.000	Baju	Rp 125.000 - Rp 135.000
Celana	Rp 335.000 - Rp 350.000	Celana	Rp 350.000 - Rp 375.000
Jaket	Rp 275.000 - Rp 325.000	Jaket	Rp 295.000 - Rp 335.000
Kemeja	Rp 175.000 - Rp 205.000	Kemeja	Rp 195.000 - Rp 225.000
Tas	Rp 185.000 - Rp 235.000	Tas	Rp 205.000 - Rp 235.000
Topi	Rp 85.000 - Rp 105.000	Topi	Rp 95.000 - Rp 115.000

Sumber : Data diolah penelitian, 2016

Berdasarkan tabel I.2 diatas dapat dilihat bahwa harga pakaian di distro popin lebih relatif murah dibandingkan dengan pakaian yang ada di *tree second*. Harga baju pada distro popin mulai dari Rp. 105.000 s/d Rp. 120.000, celana Rp.335.000 s/d Rp.350.000, jaket Rp. 275.000 s/d Rp. 325.000, kemeja Rp. 175.000 s/d Rp.205.000, tas Rp. 185.000 s/d Rp.235.000, dan topi Rp. 85.000 s/d Rp. 105.000.

Survei awal yang dilakukan peneliti terhadap beberapa konsumen bertujuan untuk mengetahui fenomena atau masalah yang ada pada objek penelitian. Berikut tabel hasil survei awal yang dilakukan terhadap 20 orang konsumen yang berbelanja di distro popin :

Tabel I.3 Hasil Survei Awal terhadap 20 orang konsumen yang berbelanja di Distro Popin

No.	Pertanyaan	Jawaban	Persentase (%)
1.	Apakah anda mengenal seluruh produk/merek yang ada di distro popin?	Ya : 6	Ya : 30 %
		Ragu-ragu : 7	Ragu-ragu : 35 %
		Tidak : 7	Tidak : 35 %
2.	Apakah produk/merek di distro memiliki keunggulan yang lebih baik dari produk di distro lainnya?	Ya : 5	Ya : 25 %
		Ragu-ragu : 9	Ragu-ragu : 45,66 %
		Tidak : 6	Tidak : 30 %
3.	Apakah produk/merek di distro popin memiliki kualitas yang terbaik dan fresh?	Ya : 7	Ya : 35 %
		Ragu-ragu : 3	Ragu-ragu : 15 %
		Tidak : 10	Tidak : 50 %
4.	Apakah produk/merek di distro popin selalu <i>up to date</i> ?	Ya : 3	Ya : 15 %
		Ragu-ragu : 6	Ragu-ragu : 30 %
		Tidak : 11	Tidak : 55 %
5.	Apakah produk/merek di distro popin selalu menjadi pilihan utama anda dalam melakukan pembelian pakaian?	Ya : 4	Ya : 20 %
		Ragu-ragu : 8	Ragu-ragu : 40 %
		Tidak : 8	Tidak : 40 %
6.	Apakah anda selalu menggunakan produk/merek di distro popin?	Ya : 3	Ya : 15 %
		Ragu-ragu : 4	Ragu-ragu : 20 %
		Tidak : 13	Tidak : 65 %

Sumber: Data diolah peneliti 2016

Berdasarkan tabel 1.3 hasil survei awal terhadap 20 responden dimana pada pertanyaan pada pertama responden yang menjawab ya sebanyak 6, ragu-ragu sebanyak 7, tidak sebanyak 7. Pertanyaan kedua responden yang menjawab ya sebanyak 5, ragu-ragu sebanyak 9, tidak sebanyak 6. Pertanyaan ketiga responden yang menjawab ya sebanyak 7, ragu-ragu sebanyak 3, tidak sebanyak 10. Pertanyaan keempat responden yang menjawab ya sebanyak 3, ragu-ragu sebanyak 6, tidak sebanyak 11. Pertanyaan kelima responden yang menjawab ya sebanyak 4, ragu-ragu sebanyak 8, tidak sebanyak 8 responden. Pertanyaan keenam responden yang menjawab ya sebanyak 3, ragu-ragu sebanyak 4, tidak sebanyak 13 responden.

Dari hasil survei awal yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah dengan kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan yang dilakukan oleh para konsumen di distro popin.

Berdasarkan uraian masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Volume Penjualan pada Distro Popin Pangkal Pinang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimanakah gambaran kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan pada distro popin pangkalpinang?
- b. Apakah kualitas produk secara persial berpengaruh positif dan

signifikan terhadap volume penjualan di distro popin pangkalpinang?

- c. Apakah harga secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada distro popin pangkalpinang?
- d. Apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada distro popin pangkalpinang?

1.3 Batasan Masalah

Selain keterbatasan waktu dan biaya, batasan masalah ini perlu diberikan mengingat luasnya ruang lingkup penelitian. Masalah yang akan diteliti hanya dibatasi pada variabel Kualitas Produk, Harga dan Volume Penjualan. Penelitian ini dilakukan di Distro Popin Pangkalpinang yang beralamat di jalan KH. Abdurahman Sidik No.19 atau didepan Mall Puncak, penelitian dilakukan mulai dari tanggal 19 Maret 2016 sampai dengan selesai.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan menjelaskan gambaran tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan di distro popin pangkalpinang?
- b. Untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan di distro popin pangkalpinang.

- c. Untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh harga terhadap volume penjualan di distro popin pangkalpinang.
- d. Untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan di distro popin pangkalpinang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan memberi kontribusi untuk mengembangkan Ilmu Pengetahuan (manajemen) secara umum, khususnya manajemen pemasaran, yang berkaitan dengan masalah kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Distro Popin Pangkalpinang dalam meningkatkan pembelian dari konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai skripsi ini, maka pembahasan akan disusun dalam 5 bab yang saling berhubungan satu sama lain.

Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini antara lain kualitas produk, harga, volume penjualan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hubungan antar variabel dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan gambaran umum Distro Popin Pangkalpinang dan memberikan jawaban serta penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis yang diperoleh oleh peneliti.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan mengenai pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat serta memberikan saran-saran yang diperlukan kepada pihak-pihak yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**