

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak krisis ekonomi tahun 1997, lingkungan dunia bisnis mengalami perubahan yang cukup drastis. Tingginya tingkat inflasi dan tingginya biaya produksi yang berkaitan dengan dolar, menyebabkan harga produk semaki tinggi, sehingga keadaan ini menyebabkan daya beli masyarakat menurun, dan berpengaruh juga terhadap tingkat penjualan. Apabila konsumen akan melakukan pembelian, setidaknya-tidaknya mereka akan semakin kritis dan selektif dalam menentukan keputusan. Oleh sebab itu perusahaan harus menekan kualitas pelayanan, promosi, dan potongan harga, untuk menarik minat beli konsumen.

Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Kebutuhan dapat berupa kebutuhan keseharian(keluarga), kebutuhan studi, pekerjaan, status ekonomi, status sosial, dan kebutuhan lainnya.

Beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli yang pertama yaitu media promosi, dengan mempromosikan produk melalui facebook, instagram dan jaringan internet yang lain.membuat komunikasi lebih cepat dan akurat, serta memudahkan konsumen untuk memesan produk secara cepat.

Selanjutnya kualitas pelayanan , dengan pelayanan yang baik dan sopan, konsumen juga merasa nyaman dan bisa membeli produk yang kita pasarkan

Serta yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memasarkan produk yaitu potongan harga. Harga dengan memberikan potongan harga itu sudah salah satu penarik pemasaran untuk membuat konsumen beramai-ramai membeli produk yang kita jual. Harga

yang terjangkau dan kualitas yang baik dari pertalite memungkinkan adanya peningkatan minat beli masyarakat

Sedangkan PT. Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) padang. Memiliki produk yang mempunyai pemasaran yang lokal dan internasional. Dengan memiliki harga yang sedikit lebih tinggi dari penjual yang lain. Oleh karena itu terkadang konsumen lebih memandirikan dengan harga produk dari penjual yang lain. Itulah salah satu masalah yang ada di PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) padang.

Hal ini membuat para produsen untuk lebih berfikir kritis, kreatif dan inovatif terhadap perubahan yang terjadi, baik di bidang sosial, budaya, politik maupun ekonomi. Hal terpenting yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan agar berhasil dalam persaingan bisnis yaitu berupaya membangun strategi perusahaan guna mencapai tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut dapat dicapai, maka setiap perusahaan harus berusaha dalam memproduksi suatu barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Untuk membangun sebuah sistem pemasaran yang efisien guna melayani pasar, disaingi oleh usaha serupa dari pihak lain. Sistem pemasaran perusahaan dikelilingi dan dipengaruhi oleh sekelompok pesaing. Para pesaing ini perlu diidentifikasi, dimonitor, dan dikalahkan untuk memperoleh dan mempertahankan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan yang bersangkutan.

Kotler dan Armstrong(2014:27) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Menurut **Anton Tejakusuma (dalam Mega Super Salesman, 2010)** promosi merupakan sebuah tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan, juga sebagai strategi untuk mengajak prospek melalui transaksi PT.Banteng Perkasa Internasional (DB

Foods) Padang Pusat Oleh-Oleh DBFOODS selalu memasarkan produknya melalui dunia online antara lain facebook, instagram dan jaringan internet yang lain. material dan produk biasanya PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) memiliki beberapa produk yang dipasarkan ke konsumen serta menggunakan sejumlah bahan mulai dari bahan daging yang bagus dan berkualitas, cabe , bumbu-bumbu pilihan dan plastik pilihan.

Sedangkan menurut **Tjiptono dan Sunyoto (2012)** mengatakan bahwa kualitas merupakan: “sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”

Menurut **Sunyoto (2012)** menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Menurut **Simamora (2014:154)** mengemukakan bahwa “potongan harga adalah potongan tunai yang ditawarkan kepada para pelanggan yang membeli barang-barang dagangan secara kredit.

Mendirikan sebuah perusahaan adalah untuk mencari keuntungan atau laba yang maksimal, tujuan tersebut dapat tercapai apabila perusahaan mampu berusaha mempertahankan dan meningkatkan kemampuan perusahaan. Salah satu cara untuk dapat memuaskan konsumen dan sekaligus dapat memenangkan persaingan adalah dengan membuat diferensiasi atau perbedaan dari jasa / produk yang dipasarkan dibandingkan produk / jasa perusahaan pesaingnya, perbedaan itu terdiri dari keanekaragaman atau macam-macam produk, kualitas, desain, ciri-ciri/ bentuk produk, merk dagang, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan/garansi dan pengembalian.

Diferensiasi produk adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan. Perusahaan akan melakukan diferensiasi terhadap para pesaingnya apabila perusahaan

tersebut telah berhasil menampilkan keunikan yang dinilai penting oleh pelanggan, selain dengan penawaran harga yang rendah dimana telah banyak dilakukan oleh perusahaan atau pesaing.

Dalam dunia bisnis, kualitas produk dapat menarik minat tersendiri di kalangan konsumen. Salah satu bisnis usaha PT. Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang Pusat Oleh-Oleh DBFOODS, Spesialis Makanan Khas berdiri Sejak 1969 yang beralamat Jl. Niaga No.39, Pasa Gadang, Kec. Padang Sel., Kota Padang Sumatera Barat 25211. memiliki karyawan yang selalu menjaga kualitas produknya melalui kemasan yang dapat melindungi produk mulai dari rantai distribusi hingga ke konsumen. Dan memiliki produk yang berkualitas.

Tabel 1
Produk yang dipasarkan PT. Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Dari Tahun 2016 – 2018

NO	KODE PRODUK	NAMA PRODUK
1	M 1/2	DENDENG BALADO MERAH 500 GRAM
2	1/2 PREM	DENDENG BALADO MERAH PREMIUM 500 GRAM
3	M 1/4	DENDENG BALADO MERAH PREMIUM 250 GRAM
4	Ex 1/2	DENDENG BALADO MERAH EXTRA PEDAS 500 GRAM
5	Ex 1/4	DENDENG BALADO MERAH EXTRA PEDAS 250GRAM
6	ISI 3x2	DENDENG BALADO MERAH ISI 3 (2PACK))
7	LADA	LADA
8	S (m)	DENDENG BALADO SINGLE MERAH
9	S (exp)	DENDENG BALADO SINGLE EXTRA PEDAS
10	S (tc)	DENDENG BALADO SINGLE THAICAN
11	H 1/2	DENDENG BALADO HIJAU 500 GRAM
12	H 1/4	DENDENG BALADO HIJAU 250 GRAM
13	ISI 3X2	DENDENG BALADO HIJAU ISI 3 (2PACK))
14	S (h)	DENDENG BALADO SINGLE HIJAU
15	Ro 1/2	RENDANG ORIGINAL 500 GRAM
16	Ro 1/4	RENDANG ORIGINAL 250 GRAM
17	Re 1/2	RENDANG EXTRA PEDAS 500 GRAM
18	Re 1/4	RANDANG EXTRA PEDAS 250 GRAM
19	S (Ro)	RENDANG ORIGINAL SINGLE

20	S (Re)	RENDANG EXTRA PEDAS SINGLE
21	LADA DK	LADA DENDENG KERING
22	CATR	CATERING
23	DK 500	DENDENG KERING 500 GRAM
24	DK 250	DENDENG KERING 250 GRAM
25	VEGE	DENDENG VEGATARIAN

PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods)

Tabel
Data Penjualan PT.Banteng Perkasa Internasional
(DB Foods) Dari Tahun 2016 – 2018 (Rupiah)

Bulan	2016	2017	2018
Januari	74.435.000	144.230.000	242.508.000
Februari	79.937.500	131.250.000	230.424.500
Maret	81.046.000	184.177.000	217.095.500
April	66.239.000	178.392.000	272.936.150
Mei	78.663.000	254.525.000	317.739.000
Juni	125.105.000	302.051.000	345.727.500
Juli	70.535.010	193.938.479	268.196.300
Agustus	90.907.000	175.306.275	275.866.000
September	101.514.000	205.766.400	239.355.000
Oktober	110.069.000	275.939.000	254.798.050
November	91.808.000	228.882.500	244.113.750
Desember	101.217.626	247.796.000	230.130.500
Jumlah	1.071.476.163	2.522.253.654	3.138.890.250

PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods)

Dari Tabel 1.2 terlihat capaian target penjualan PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) meningkat. Pada tahun 2016 capaian target penjualan sebesar Rp. 1.071.476.163,

tahun 2017 capaian target penjualan sebesar Rp. 2.522.253.654. dan pada tahun 2018 capaian target penjualan meningkat sebesar Rp. 3.138.890.250.

Dari hal tersebut di atas, dapat dilihat minat beli dari konsumen yang begitu besar pada PT. Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) disinyalir oleh Media Promosi, Kualitas Layanan dan Potongan Harga.

Berdasarkan hal tersebut, maka dipandang perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Promosi, Kualitas Layanan dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Pada Perusahaan PT. Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam kajian studi ditemukan banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurang gencarnya dalam melakukan promosi melalui media local seperti radio dan surat kabar yang mudah dijangkau oleh masyarakat desa dan pelanggan.
2. Mulai kurang gencar melakukan promosi melalui media sosial
3. Tidak semua majalah atau Koran dimasukkan iklan.
4. Potongan harga yang diberikan masih kurang memuaskan bagi konsumen.
5. Pelayanan yang cukup memuaskan
6. Kurangnya fasilitas tempat bersantai bagi pengunjung.
7. Masih kurangnya promosi penjualan dalam bentuk brosur-brosur barang yang tersedia.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak menimbulkan banyak penafsiran, maka perlu dibatasi permasalahan yang diteliti. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat diungkap secara lebih cermat dan teliti. Seperti yang telah diuraikan di atas, banyak faktor yang mempengaruhi minat beli Akan tetapi, dari banyak faktor tersebut dalam penelitian ini hanya akan difokuskan pada variabel media promosi, kualitas pelayanan , dan potongan harga sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh media promosi pada minat beli PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh Kualitas pelayanan pada minat beli PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang?
3. Bagaimanakah pengaruh potongan harga pada minat beli PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang?
4. Bagaimanakah pengaruh media promosi, kualitas pelayanan, dan potongan harga secara bersama-sama pada media promosi pada minat beli PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui dan menganalisa pengaruh media promosi pada minat beli PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang
- b. Mengetahui dan menganalisa pengaruh Kualitas pelayanan pada minat beli PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang
- c. Mengetahui dan menganalisa pengaruh potongan harga pada minat beli PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang
- d. Mengetahui dan menganalisa pengaruh media promosi, kualitas pelayanan, dan potongan harga secara bersama-sama pada media promosi pada minat beli PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu Ekonomi, khususnya dibidang Manajemen pemasaran dalam memberikan informasi tentang pengaruh media promosi, kualitas pelayanan, dan potongan harga terdapat minat beli konsumen

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui tingkat minat beli pada konsumen di PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang.

1. Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi PT.Banteng Perkasa Internasional (DB Foods) Padang, sehingga pengusaha dapat mengambil kebijakan yang tepat untuk mengembangkan minat beli konsumen .
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemikiran mengenai pengaruh media promosi, kualitas pelayanan, dan potongan harga pada minat beli.