

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Panci merupakan salah satu alat masak berbentuk silinder atau mengecil pada bagian bawahnya. Panci ada yang memiliki gagang tunggal atau ganda pada kedua sisinya. Banyak kegunaan panci dalam hal memasak, salah satunya digunakan untuk memasak asi dan sayur. Semakin berkembangnya dalam teknologi industri panci, mendorong pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk lebih kreatif dalam melakukan promosi serta harus pandai dalam membaca harga pasar agar panci yang diproduksi bisa laku di pasaran. Terdapat kurang lebih ada 20 UKM panci di daerah Kecamatan Porong.

Produk industri adalah komersialisasi berupa barang dan jasa kreatif, sebagai segala aktivitas yang berfungsi memberi pengetahuan kepada pembeli tentang produk barang dan jasa yang disediakan dan juga mempengaruhi konsumen untuk membelinya, terdiri atas pemasaran, penjualan, dan promosi. Promosi yang dilakukan UKM panci Tiga Jaya saat ini sudah menuju kepada era digital dengan memanfaatkan media web, media sosial serta menjadikan suatu alat dalam melakukan promosi penjualan. Terlebih lagi kondisi dunia yang terkena dampak virus COVID-19 mengharuskan seseorang untuk tidak bersentuhan secara langsung untuk meminimalisasi terkena virus COVID-19, media *online* sangat dibutuhkan untuk melakukan promosi dan penjualan. Seiringnya promosi produk panci Tiga Jaya, membuat konsumen mengenal produk yang digunakan dengan baik, kemudian promosi juga menjadi salah satu dari indikator yang membuat konsumen tertarik.

Apabila dengan promosi yang menjadikan tentang suatu produk membuat konsumen tertarik selalu ingin membuktikan kualitas pada promosi yang dilakukan pengusaha, hal ini juga membuat konsumen menjadi loyal apabila promosi yang dijanjikan itu terbukti.

Harga merupakan strategi untuk mendapatkan keuntungan bagi pengusaha panci Tiga Jaya. Namun bagi konsumen, apabila harga tidak sesuai dapat menyebabkan konsumen membatalkan untuk membeli produk tersebut. Karena konsumen memiliki pola pikir dimana mendapatkan produk dengan harga terjangkau juga mendapatkan produk yang baik. Konsep permintaan menjelaskan bahwa permintaan atas suatu produk dipengaruhi oleh harga produk itu sendiri. Dalam hukum permintaan yang berbunyi jika semakin turun harga maka semakin banyak jumlah barang yang tersedia, sebaliknya semakin tinggi harga maka semakin sedikit jumlah barang yang tersedia. Apabila suatu kota berkembang dan populasinya bertambah, maka pengadaan barang-barang kebutuhan pokok mendapat prioritas, sehingga penawaran meningkat dan akibatnya harga menjadi turun. Bagi ibu-ibu rumah tangga pemilihan harga sangat penting, apalagi dengan kondisi sekarang akibat COVID-19 yang menyebabkan ruang gerak terbatas otomatis penghasilan kebanyakan orang juga terbatas. Hal tersebut mengharuskan para ibu rumah tangga untuk mengatur uang sebaik mungkin untuk membeli produk dengan harga yang tepat.

Dalam membuat keputusan, konsumen tentunya mempertimbangkan banyak faktor seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi yang mempengaruhi keputusan pembelian panci Tiga Jaya.

Dengan adanya informasi serta masukan dari konsumen mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil keputusan, maka informasi dan masukan tersebut dapat dijadikan pertimbangan bagi pemilik usaha panci Tiga Jaya. Setelah pemilik usaha panci mengetahui apa yang dipertimbangkan oleh konsumen maka, pemilik usaha panci dapat memperbarui strategi pemasaran yang diterapkan supaya sasaran target penjualan dapat terpenuhi.

Berdasarkan hasil observasi awal di lapangan melalui wawancara singkat kepada pembeli panci Tiga Jaya bahwa pembeli suka akan harga yang masih lebih murah daripada merek panci lain. Selain karena harga murah, kemudahan pembelian via online langsung diantar gratis menyebabkan pembeli merasa tertarik untuk membeli panci Tiga Jaya.

Berdasarkan penjabaran di atas maka penelitian ini bertujuan dalam rangka mengukur seberapa pengaruh yang diberikan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap pembelian panci. Sehingga penelitian ini berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Panci Tiga Jaya Di Kecamatan Porong”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- a) Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli panci?
- b) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli panci?
- c) Apakah promosi penjualan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam membeli panci?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- a) Untuk menganalisa pengaruh promosi penjualan secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli panci.
- b) Untuk menganalisa pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli panci.
- c) Untuk menganalisa pengaruh promosi penjualan dan harga secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam membeli panci.

1.4 Manfaat Penelitian

a) Bagi Penulis

Penerapan dengan melakukan penelitian ini penulis memperoleh pengalaman dan pengaplikasian ilmu pengetahuan yang selama ini dipelajari dalam konsentrasi pemasaran.

b) Bagi Pengusaha

Diharapkan dapat memberikan salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan serta memberikan informasi tentang perilaku konsumen khususnya tentang promosi dan harga yang berpengaruh pada perilaku dalam menarik konsumen dimasa yang akan datang.

c) Bagi Almamater

Bermanfaat sebagai bahan penambahan ilmu dan sebagai bahan acuan, perbandingan untuk dapat dimanfaatkan sebagai salah satu informasi untuk penelitian selanjutnya.