

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan dalam dunia perdagangan dan perindustrian tentunya di zaman sekarang ini sangatlah ketat mengingat bertambahnya perusahaan-perusahaan semakin tak terkendali. Suatu perusahaan yang baru berdiri atau baru mengeluarkan produk baru apabila tidak berusaha memperkenalkan produknya kepada konsumen sudah bisa di bayangkan usaha tersebut berjalannya kurang maksimal atau bisa di katakan sia-sia. Hal itu di sebabkan karena persaingan dalam dunia perdagangan dan perindustrian semakin meningkat di dorong dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin maju. Mengingat tujuan dari perusahaan adalah untuk mencari laba yang sebesar-besarnya agar bisa mengembangkan perusahaan tersebut menjadi lebih besar. Banyak sekali hal-hal yang harus di perhatikan oleh perusahaan guna untuk meningkatkan volume penjualan atau meningkatkan penjualan di antaranya adalah tentang bauran pemasaran (*marketing mix*) dan bauran promosi (*promotional mix*). Dari kedua bauran tersebut di dalamnya banyak terkandung faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan yang harus di perhatikan oleh perusahaan.

Faktor faktor yang mempengaruhi volume penjualan di antaranya adalah kualitas produk yang merupakan bagian dari bauran pemasaran. Kualitas produk sangatlah penting karena pada umumnya konsumen lebih teliti dalam memilih barang-barang yang di inginkan dengan kriteria bagus dan berkualitas unggul. Maka dari itu perusahaan di tuntut memberikan barang dengan kualitas yang bagus agar tidak kalah dengan pesaing yang lain dan di harapkan bisa meningkatkan volume penjualan.

Hal selanjutnya yang harus dilakukan dari perusahaan dalam memperkenalkan produk atau mempertahankan perusahaannya dari pesaing untuk meningkatkan volume penjualan diantaranya adalah melakukan pengiklanan yang merupakan bagian dari bauran promosi, karena sangat membantu dalam mempublikasikan produknya ke masyarakat secara umum atau konsumen agar konsumen mengetahui produk yang di keluarkan dari perusahaan tersebut. Pengiklanan sangatlah penting untuk memacu berkembangnya produk di pasaran dalam menghadapi persaingan antar perusahaan sejenis. Sedangkan bentuk pengiklanan sendiri sekarang juga mengalami perkembangan bermacam-macam media yang di tawarkan seiring berjalannya waktu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari perusahaan yang menginginkan produknya terpublikasi di masyarakat umum.

Perusahaan selain memperhatikan kualitas produk atau periklanan yang tidak kalah pentingnya selanjutnya yang harus diperhatikan adalah harga yang juga merupakan bagian dari bauran pemasaran. Harga

merupakan salah satu faktor penting yang dipertimbangkan dalam konsumen melakukan pembelian di samping melihat kualitas produk. Mengingat konsumen kebanyakan menginginkan harga yang murah atau standar namun memiliki kualitas yang baik karena segmen pasar tidaklah sama antara kalangan menengah keatas dan kalangan menengah kebawah. Jadi perusahaan harus mempertimbangkan harga demi terwujudnya tujuan perusahaan yang di inginkan.

Ketiga faktor yang di jelaskan di atas sangatlah penting karena di dukung oleh hasil dari penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian oleh Rahmadi (2003) dari hasilnya penelitiannya yang dilakukan pada PT Gres Di sukoharjo tentang faktor yang mempengaruhi volume penjualan di antaranya ada tiga variable yang di duga mempengaruhi volume penjualan yaitu periklanan, promosi penjualan, publisitas. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmadi dengan uji F dapat diperoleh hasil F hitung > F tabel yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara periklanan, promosi penjualan, dan publisitas dengan volume penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh Firman (2010) yang berjudul “ Pengaruh Harga Jual terhadap Volume Penjualan Mobil Toyota Jenis Rush pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Makassar ”. Metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel harga terhadap variabel volume penjualan. Melalui analisis korelasi ditemukan persamaan  $Y = 111.778 + 6.988 X$  dan pada analisis korelasi ditemukan bahwa terdapat pengaruh

yang positif dan pengaruh yang signifikan dari harga terhadap volume penjualan dengan nilai korelasi 0,481.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Alief (2011) yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk terhadap Peningkatan Volume Penjualan Motor Yamaha Mio pada PT. Suracojaya Abadimotor di kota Makassar “. Metode penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil analisis dengan SPSS 16.0 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, faktor kehandalan ( $b_4 = 0,488$ ) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi peningkatan volume penjualan, kemudian daya tahan ( $b_1 = 0,382$ ), kinerja ( $b_1 = 0,330$ ), estetika ( $b_6 = 0,289$ ), keistimewahan tambahan ( $b_6 = 0,175$ ), dan kesesuaian spesifikasi ( $b_5 = 0,109$ ) menjadi faktor terendah yang mempengaruhi volume penjualan. Pengujian hipotesis secara simultan dari variabel independen signifikan, karena nilai signifikansi  $< 0,05$

Penelitian yang dilakukan Rahman Pratama 2012, Pengaruh harga jual, kualitas produk dan periklanan terhadap volume penjualan Mobil Toyota Avansa pada PT. Hadji Kalla Di Kota Makasar. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan faktor harga jual ( $b_1 = 0,396$ ) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi volume penjualan, kemudian periklanan ( $b_3 = 0,281$ ), dan kualitas produk ( $b_2 = 0,199$ ) menjadi faktor terendah yang mempengaruhi volume penjualan. harga jual adalah Variable

yang paling dominan yang mempengaruhi volume penjualan pada PT. Hadji Kalla di Kota Makasar.

Heri Prasetyo (2013) : berdasarkan penelitian yang dilakukan Heri di perusahaan Jenang Krasikan Kelapa manis di Sukoharjo tentang faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada perusahaan ini adalah promosi penjualan dan periklanan. Faktor tersebut berpengaruh positif dan signifikan setelah dilakukan uji analisis regresi dan uji t oleh Heri Prasetyo. Dari hasil analisis regresi yang di dapat menunjukkan faktor promosi penjualan ( $b_1 : 5,186$ ) dan faktor periklanan ( $b_2 : 15,990$ ) . hal tersebut juga menunjukkan bahwa yang paling dominan mempengaruhi volume penjualan adalah periklanan.

Dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya di atas menyebutkan bahwa banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan dan menyarankan untuk mencari variable-variable yang lain yang mungkin mempunyai pengaruh yang sama untuk menyempurnakan penelitian tersebut. Berdasarkan latar belakang yang uraikan di atas maka penulis mengkaji lebih dalam mengenai hal tersebut di atas dengan mengambil judul “ PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERIKLANAN DAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA ONSIGHT OUTDOOR EQUIPMENT SOLO”.

## **B. Perumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, pokok masalah yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di *Onsight Outdoor Equipment Solo*?
2. Apakah periklanan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di *Onsight Outdoor Equipment Solo*?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di *Onsight Outdoor Equipment Solo*?
4. Adakah pengaruh yang paling dominan antara variable kualitas produk, periklanan dan harga terhadap volume penjualan di *Onsight Outdoor Equipment Solo*?

### **C. Tujuan penelitian**

Tujuan yang ingin di capai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan di *Onsight Outdoor Equipment Solo*?
2. Untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap volume penjualan di *Onsight Outdoor Equipment Solo*?
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap volume penjualan di *Onsight Outdoor Equipment Solo*?
4. Untuk mengetahui pengaruh yang paling domina antara variable periklanan, kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan di *Onsight Outdoor Equipment Solo*?

### **D. Manfaat penelitian**

Manfaat yang akan di peroleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi pedagang/perusahaan

Memberikan bahan pertimbangan bagi penjual dalam mengambil keputusan dalam kegiatan bauran promosi yang dianggap paling menguntungkan.

2. Bagi peneliti

Untuk penerapan ilmu dan teori yang sudah di peroleh dari bangku kuliah dengan kenyataan dan situasi yang ada di pasaran dalam sebuah penelitian.

3. Bagi pihak lain

Bagi pihak-pihak lain dapat di jadikan sebagai salah satu sumber acuan untuk kepentingan kegiatan penelitian yang terkait di masa yang akan datang.

## **E. Sistematika penulisan**

Dalam penulisan sistematika ini di maksudkan untuk memperjelas dari arah dan tujuan penelitian ini yang dilakukan dari penulis atau peneliti, maka sistematikanya adalah sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II : LANDASAN TEORI ATAU TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat tinjauan teori yang relevan dan mendukung penelitian yang dilakukan dan memuat materi-materi yang di kumpulkan

dan di pilih dari berbagai sumber tertulis yang di pakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topic permasalahan yang di munculkan.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari kerangka teoritis pemikiran, hipotesis obyek dan lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta analisis data yang di gunakan.

### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan dari obyek penelitian, data yang di peroleh dari perusahaan, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian skripsi dan saran-saran yang perlu di sampaikan baik untuk obyek penelitian atau bagi penelitian selanjutnya.