

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan jaman, khususnya dalam bidang perekonomian maka telah banyak perusahaan yang berdiri di negara kita baik perusahaan yang bergerak dalam bidang ekonomi, industri, perdagangan dan bidang-bidang lainnya. Setiap perusahaan yang berdiri dalam menyelenggarakan usahanya agar dapat berkembang dengan maju pastilah akan menghadapi masalah yaitu pemasaran, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan.

Saat ini banyak usaha bisnis berkompetisi untuk menguasai pangsa pasar yang ada, yaitu dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapat pencitraan yang positif di benak konsumen. Pihak manajemen di masing-masing usaha bisnis juga dituntut agar dapat meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Selain itu keberhasilan usaha bisnis dalam mencapai kinerja yang optimal secara terus-menerus ditentukan oleh seberapa besar perusahaan mampu untuk berinovasi agar dapat terus bertahan dan berkompetisi dalam dunia bisnis.

Usaha bisnis perlengkapan bayi dan anak yang berkembang saat ini diminati oleh konsumen. Perlengkapan bayi dan anak di tempat-tempat yang tidak terlalu mahal, di kota Baby Shop ESBE ini banyak sekali tempat usaha yang sejenis pun ada. Suatu pemasaran banyak sekali bentuk dan macam-

macam aneka ragam produk dari yang kecil hingga yang besar dan dari yang murah hingga sampai yang mahal.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya, antara lain dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitik beratkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya. Usaha untuk mempertahankan konsumen bukanlah hal yang mudah, sebab diperkirakan untuk mempertahankan satu konsumen saja biayanya lebih mahal daripada mendapatkan satu konsumen.

Toko perlengkapan bayi dan anak merupakan salah satu usaha di bidang jasa. Bisnis ini menawarkan jumlah maupun jenis perlengkapan bayi dan anak kepada pengunjung. Kondisi ini menuntut pengusaha saling bersaing baik dengan kompetitor dengan cara meningkatkan promosi penjualan yang dalam hal ini promosi penjualan, *Personal selling*, Periklanan . Barang yang bervariasi dengan Periklanan yang terjangkau serta penyediaan promosi penjualan dan pelayanan yang baik diharapkan dapat memberikan

suatu kepuasan pada konsumen. Dengan tercapainya kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen maka tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dapat terpenuhi.

Persaingan antar usaha bisnis perlengkapan bayi dan anak semakin ketat perlu melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya. Toko-toko perlengkapan bayi dan anak yang ada saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan konsumen. Strategi distribusi menjadi salah satu pilihan yang berkembang saat ini. Salah satu diantaranya adalah sistem *delivery service* (layanan antar). Layanan antar merupakan suatu kemudahan yang diberikan oleh pihak produsen, dalam hal ini usaha dagang, untuk melayani kebutuhan konsumen yang dikehendaki.

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap promosi penjualan, *personal selling*, periklanan yang disediakan. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima terpenuhi, sebaliknya konsumen akan merasa belum puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi. Jadi, toko yang ingin unggul dalam menciptakan kepuasan konsumen harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Menurut Irawan (2008: 37) kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau

akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Irawan berpendapat ada lima *driver* utama konsumen yaitu promosi penjualan, *personal selling*, periklanan.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu memaksimalkan keuntungan, stabilisasi jalannya perusahaan serta berusaha untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan tersebut dapat tercapai apabila perusahaan dapat mencapai keputusan pembelian sesuai yang ditargetkan. Semakin banyak yang dijual semakin besar pula laba yang diperoleh. Tujuan perusahaan harus dapat mengaktifkan semua fungsi pemasaran. Dalam usaha meningkatkan keputusan pembelian, maka perusahaan memerlukan kegiatan promosi yang sering disebut *promotion mix* antara lain periklanan, sales promosi penjualan, publisitas, *Personal selling*.

Peneliti mengadakan penelitian tentang pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Baby Shop ESBE yang terletak di Surakarta yang bergerak di bidang jasa penjualan yaitu perlengkapan bayi dan anak. Baby Shop ESBE didirikan karena melihat adanya kebutuhan masyarakat yang belum dapat terpenuhi dengan jumlah konsumen perlengkapan bayi dan anak yang ada pada waktu tersebut. Penelitian dilakukan di Baby Shop ESBE dengan perkembangan jumlah konsumen yang melakukan transaksi pembelian. Perkembangan jumlah konsumen mulai bulan Januari 2016 sampai dengan bulan Desember 2016 sebagai berikut:

Tabel I.1
Jumlah Konsumen Baby Shop ESBE
Bulan Januari s/d Desember 2016

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	98
Februari	99
Maret	110
April	109
Mei	107
Juni	112
Juli	110
Agustus	111
September	110
Oktober	112
November	118
Desember	124
Total	1320
Rata-Rata Per Bulan	110

Sumber : Baby Shop ESBE

Berdasarkan tabel I.1 tersebut menunjukkan perkembangan jumlah konsumen Baby Shop ESBE mengalami fluktuasi mulai bulan Januari s/d bulan Desember 2016. Dari tabel tersebut menunjukkan pengunjung yang datang paling sedikit pada bulan Juni dan pengunjung yang datang paling banyak pada bulan Januari dan Februari. Dari uraian tersebut maka dapat dijadikan alasan untuk mengadakan penelitian.

Berdasarkan uraian diatas, maka diadakan penelitian dengan mengambil judul: “ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *BABY SHOP* DI SURAKARTA”.

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka diberikan batasan masalah yang diambil yaitu promosi penjualan, *personal selling* dan periklanan karena kegiatan promosi tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian.

C. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Baby Shop ESBE?
2. Apakah *personal selling* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Baby Shop ESBE?
3. Apakah periklanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Baby Shop ESBE?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Personal selling* terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk menganalisis pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat dipakai sebagai bahan sumbangan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan bagi manajemen pada khususnya.

2. Bagi Praktis

Dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan promosi yang diterapkan oleh perusahaan.