

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi telah menuntut adanya perubahan paradigma lama dalam segala bidang, salah satunya adalah dalam bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di bisnis lokal maupun global ketidakpastian memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif agar mampu memenangkan persaingan di bisnis global.

Pada saat ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang beragam bentuk usahanya, yang menandakan bahwa dunia usaha semakin maju. Perusahaan dalam mengembangkan usahanya harus juga memperhatikan unsur-unsur penting dalam manajemen pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi.

Semua perusahaan yang bergerak dalam penyediaan kebutuhan dan permintaan dari para konsumen bertujuan mendapatkan keuntungan melalui aktivitas dari penjualan produk dan jasa yang dihasilkan. Keuntungan tersebut dapat tercapai jika perusahaan mampu untuk memaksimalkan volume penjualan dari barang dan jasa yang dihasilkan. Pada umumnya perusahaan akan selalu berusaha untuk tetap berkembang serta mampu bersaing dapat memenuhi kebutuhan konsumen maka akan tercapainya tujuan perusahaan. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh produk, harga produk, distribusi, dan promosi. Karena semua itu sangat berkaitan erat.

Suatu perusahaan dikatakan sukses jika volume penjualan akan selalu meningkat, dan menyebabkan keuntungan yang diperoleh perusahaan meningkat juga. Prinsip penjualan yaitu mencari keuntungan sebesar-besarnya.

Hade Farm adalah perusahaan yang memproduksi cabai paprika yang merupakan tanaman hidroponik, selain itu juga Hade Farm adalah perusahaan satu-satunya yang memproduksi paprika di daerah Garut. Perusahaan Hade Farm berusaha untuk mengembangkan produknya yaitu cabai paprika sehingga kebutuhan konsumen terpenuhi, dan pembelian menjadi meningkat.

Berdasarkan wawancara dengan bagian pemasaran dan administrasi, pada perusahaan Hade Farm mengalami penurunan dalam penjualan sehingga volume penjualan menurun, kemudian mengakibatkan keuntungan yang didapat oleh perusahaan menurun juga.

Selera konsumen disekitarnya sangat kurang, dan masih menganggap cabai paprika adalah produk tambahan dalam masakan, kemudian perusahaan dalam hal promosi masih kurang. Pengembangan populasi masih sedikit dan memiliki modal yang terbatas. Masalah tersebut dapat dilihat dari tabel data volume penjualan dan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan.

Data volume penjualan dan keuntungan yang dihasilkan fluktuasi. Untuk penelitian penulis memilih tahun 2004-2008 untuk volume penjualan, sedangkan untuk keuntungan dilihat dari per periode, seperti yang terlihat pada Tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Volume penjualan cabai paprika**

| Tahun | Volume |
|-------|--------|
| 2004  | 39750  |
| 2005  | 43500  |
| 2006  | 58300  |
| 2007  | 57003  |
| 2008  | 51700  |

Sumber: Data feb 08\eksel\GIOBAL\grafik volume penjualan

**Tabel 1.2**  
**Keuntungan Perusahaan**

| Periode                      | Keuntungan     |
|------------------------------|----------------|
| Periode 1<br>JUL 06- NOP 06  | Rp 49.180.343  |
| Periode 2<br>DES 06 – APR 07 | Rp 125.053.548 |
| Periode 3<br>MEI 07 – SEP 07 | Rp 140.059.735 |
| Periode 4<br>OKT 07 –FEB 08  | Rp 177.508.506 |
| Periode 5<br>MAR 08 – JUL 08 | Rp 238.299.240 |
| Periode 6<br>AGT 08 – DES 08 | Rp 111.488.710 |

Sumber: Data feb 08\eksel\GIOBAL\grafik volume penjualan

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa volume penjualan pada perusahaan Hade Farm mengalami kenaikan dan juga mengalami penurunan atau fluktuasi. Dari tahun 2004-2005 mengalami kenaikan sebanyak 3.750 Kg, dari tahun 2005-2006 mengalami kenaikan sebanyak 14.800 Kg, dari tahun 2006-2007 mengalami penurunan sebanyak 1.297 Kg, dari tahun 2007-2008 mengalami penurunan sebanyak 5.303 Kg.

Perusahaan Hade Farm mengalami penurunan dalam volume penjualan disebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

1. Terkontrol yaitu yang bisa diperkitakan seperti produk, harga, promosi dan distribusi.
2. Tidak terkontrol yaitu yang bisa diperkitakan seperti hama, cuaca dan lain-lain.

Besarnya Volume penjualan pada Tabel 1.1 menunjukkan keputusan pembelian cabai paprika sangat menurut.

Pada Tabel 1.2 menjelaskan bahwa keuntungan pada perusahaan Hade Farm mengalami kenaikan dan juga mengalami penurunan atau fluktuasi. Pada periode 1-periode 2 mengalami kenaikan sebanyak 43%, periode 2-periode 3 mengalami kenaikan sebanyak 5,66%, periode 3-periode 4 mengalami kenaikan sebanyak 11,79%, periode 4-periode 5 mengalami kenaikan sebanyak 14,62%, dan periode 5-periode 6 mengalami penurunan sebanyak 36%.

Penurunan tersebut diakibatkan oleh kualitas produk yang menurun dan saluran pemasaran.

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan memiliki 2 kualitas seperti pada Tabel 1.3 sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Kualitas Produk Cabai Paprika Hade Farm**

| Kualitas A | Kualitas B |
|------------|------------|
| Hijau      | Hijau      |
| Merah      | Merah      |
| Kuning     | Kuning     |

Sumber : Perusahaan Hade Farm

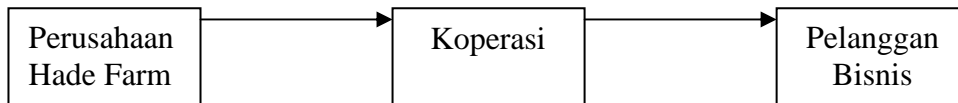
Produk yang dihasilkan oleh perusahaan memiliki 2 kualitas yang akan dijual ke konsumen yaitu kualitas A dan kualitas B dengan harga kualitas A untuk warna hijau Rp. 10.000, warna merah Rp. 17.000, dan kuning Rp. 15.000, sedangkan untuk kualitas B harga untuk warna hijau Rp. 8.000, warna merah Rp. 15.000 dan untuk warna kuning Rp. 12.000. dan memiliki 3 warna yaitu hijau, merah, dan kuning. Hotel menginginkan cabai paprika yang berkualitas A kemudian memiliki bentuk yang menyerupai bunga dengan ukuran yang sedang,

jadi tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil. Sehingga, dapat lebih menarik lagi dalam masakannya.

Produk yang dihasilkan tidak bisa mencukupi pesanan pelanggan bisnis karena perusahaan memiliki masalah juga dalam modal yang minimal dan masa produksi produk. Masa produksi produk cukup lama sekitar 3 bulan sekali produk cabai paprika dapat dipanen sedangkan permintaan dari pelanggan bisnis setiap hari, kurangnya variasi produk baik itu ukuran produk dan warna, kemudian lamanya waktu tunggu produk datang ke konsumen. Untuk konsumen tertentu menginginkan ukuran produk yang baik dan bentuk yang unik sehingga bisa menarik para konsumen. Produk cabai paprika merupakan produk special dan tidak ada barang pengganti perusahaan harus mampu memenuhi permintaan konsumen, dan meningkatkan daya tahan produk. Ukuran produk yang harus sesuai dengan pesanan dan memperbanyak lagi variasi warna seperti ungu, pink dan lain-lain.

Perusahaan harus bisa memberantas hama sehingga kualitas produksi semakin meningkat dengan cara memberikan obat anti hama tetapi tidak mengganggu terhadap kualitas produk tersebut, karena cabai paprika juga memiliki kelebihan lain yaitu mengandung vitamin A, C dan K, dan perusahaan harus bisa memperkirakan cuaca yang akan terjadi

Distribusi yang dilakukan oleh perusahaan Hade Farm seperti pada Gambar 1.1:



Sumber : Perusahaan Hade Farm

**Gambar 1.2**  
**Saluran Pemasaran**

Distribusi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dari perusahaan kemudian disalurkan ke koperasi lalu ke pelanggan bisnis. Mengakibatkan barang yang seharusnya langsung ke konsumen terhambat karena harus melalui koperasi sedangkan barang yang di produksi oleh perusahaan Hade Farm yaitu barang yang bersifatnya tidak tahan lama sehingga mengakibatkan barang mudah busuk sebelum sampai ke pelanggan bisnis. Setelah barang sampai ke koperasi adanya waktu penyimpanan sehingga mengakibatkan biaya penyimpanan. Seharusnya produk tersebut langsung ke pelanggan bisnis, saluran pemasaran yang dilakukan langsung kepada konsumen, mengurangi biaya penyimpanan, dan kerusakan terhadap produk dapat diminimalkan, sehingga perusahaan dapat mengendalikan seluruh kegiatan pemasaran.

Jika suatu produk langsung disalurkan ke pelanggan bisnis harga yang diterima menjadi lebih murah dan pendistribusian menjadi lebih efektif, karena perusahaan Hade Farm merupakan perusahaan yang berada dan didirikan di pedesaan jadi alat transportasi yang digunakan masih minimal, hal ini mengakibatkan biaya yang harus dikeluarkan untuk mengangkut cabai paprika untuk sampai ke konsumen sangat besar.



Masa penanaman perusahaan bisa membagi-bagi menjadi beberapa tahapan jadi tidak seluruh binih paprika langsung ditanam dalam waktu yang sama sehingga dalam masa panen dapat dilakukan minimal seminggu sekali.

Suatu perusahaan dapat dikatakan berkembang jika volume penjualan dan keuntungan yang diperoleh meningkat, sedangkan pada perusahaan Hade Farm dalam volume penjualan dan keuntungan mengalami penurunan.

Berdasarkan masalah umum diatas, penulis tertarik untuk membahas masalah kualitas produk dan saluran pemasaran yang dikaitkan dengan keputusan pembelian maka untuk itu penulis mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Cabai Paprika Hade Farm**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi masalah**

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu kualitas produk dan distribusi merupakan kunci awal bagi produk yang bersangkutan untuk tetap bertahan dan sukses dalam persaingan. Banyak hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya melalui pengelolaan kualitas yang baik, dan saluran distribusi yang mudah. Kualitas dan distribusi suatu produk yang mampu membedakannya dengan produk lain, sehingga keputusan pembelian konsumen salah satunya ditentukan oleh pilihan terhadap kualitas produk dan distribusi.

Perusahaan mengalami penurunan volume penjualan dan keuntungan itu dikarenakan jumlah pembelian cabai paprika menurun, jadi perusahaan harus berjuang memperbaiki masalah menurunnya volume penjualan dan keuntungan perusahaan sehingga menyebabkan keputusan pembelian meningkat dengan cara memperbaiki kualitas produk dan distribusi.

Pusat pembelian terdiri dari semua individu dan kelompok yang berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, yang memiliki beberapa sasaran umum yang sama dan sama-sama menanggung resiko yang timbul dari keputusan tersebut. Menurunnya keputusan pembelian dapat dilihat dari menurunnya volume penjualan dan keuntungan yang telah diperoleh oleh suatu perusahaan.

Untuk menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen perusahaan harus memproduksi barang dengan kualitas yang optimal dan distribusi yang baik, yaitu kualitas dari suatu produk dalam suatu perusahaan tertentu yang selalu ditingkatkan dan dibuat berbeda dari perusahaan lain akan membuat konsumen tertarik dan mau melakukan pembelian, dan memperbaiki saluran distribusi sehingga dapat memuaskan para konsumen yang menggunakannya. Kualitas produk dan distribusi merupakan sifat dan karakteristik dari sebuah produk yang berhubungan dengan kemampuan memuaskan kebutuhan pelanggan.



### **1.2.2 Perumusan masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas jelaslah bahwa keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan distribusi. Maka dari itu penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran kualitas produk Cabai Paprika Hade Farm?
2. Bagaimana gambaran distribusi Cabai Paprika Paprika Hade Farm?
3. Bagaimana gambaran keputusan Pembelian Cabai Paprika Paprika Hade Farm?
4. Sejauhmana pengaruh kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian Cabai Paprika Paprika Hade Farm?

### **1.3 Tujuan dan kegunaan masalah**

#### **1.3.1 Tujuan penelitian**

Sesuai dengan rumusan diatas, maka penelitian bertujuan untuk mengetahui.

1. Gambaran kualitas produk Cabai Paprika Hade Farm
2. Gambaran distribusi Cabai Paprika Hade Farm
3. Gambaran keputusan pembelian Cabai Paprika Hade Farm
4. Pengaruh kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian Cabai Paprika Hade Farm

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini pada dasarnya terbagi menjadi dua, yaitu

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran mengenai kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi, evaluasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategik pemasaran bagi perusahaan Hade Farm dalam peningkatan kualitas produk dan distribusi sehingga kinerja produknya mampu meningkatkan pembelian konsumen.