

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki era perdagangan bebas saat ini terlihat adanya persaingan yang begitu ketat. Dunia usaha dituntut meningkatkan efisiensi bisnisnya. Berbagai perusahaan telah melakukan langkah- langkah antisipasi untuk menghadapi era persaingan bebas itu. Disadari bahwa apabila perusahaan tidak sanggup, maka perusahaan akan menghadapi kendala dalam bersaing di pasar, terutama pada era ekonomi bebas.

Masyarakat selalu memiliki kebutuhan yang banyak, diantaranya kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, serta kebutuhan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan dasar seseorang. Kebutuhan terhadap sandang, pangan, dan papan merupakan bagian dari kebutuhan primer. Kebutuhan yang mampu membuat masyarakat bertahan hidup yaitu kebutuhan terhadap pangan. Kebutuhan terhadap pangan yaitu masyarakat selalu membutuhkan makanan dan minuman setiap harinya, tanpa mendapatkan makanan dan minuman masyarakat tidak akan bisa bertahan hidup (Nailufar, 2020).

Semakin berkembangnya keadaan di masyarakat menimbulkan sikap dari masyarakat yang selalu menginginkan kebutuhannya terpenuhi secara cepat dan instan. Keadaan seperti itu mengakibatkan sekarang ini banyak bermunculan perusahaan yang menawarkan solusi atas kebutuhan dari masyarakat tersebut. Perusahaan yang saat ini mengalami persaingan yaitu perusahaan yang menjual teh dalam kemasan.

Dalam hal ini keikutsertaan pihak swasta di dalam pelaksanaan pembangunan nasional tidak dapat dipisahkan dari penanaman modal, sebab penanaman yang dilakukan pihak swasta di berbagai sektor nantinya akan mendorong pembangunan nasional, sebab seperti yang diketahui bahwa yang dapat menjamin perkembangan nasional adalah salah satu diantaranya ditentukan oleh negara yang bersangkutan.

Investasi yang dilakukan pihak swasta memberi dampak positif terhadap pemerintah yang dalam hal ini turut menunjang pembangunan, sementara di pihak lain yaitu pihak investor mengharapkan hasil atau keuntungan yang memuaskan guna menunjang pengembangan usaha yang bersangkutan. Sehubungan dengan hasil atau keuntungan yang diharapkan oleh pihak investor atau pihak perusahaan dari modal yang ditanamkan di dalam modal usaha, dimana dalam hal ini yaitu pemasaran Teh Botol Sosro pada PT. Sinar Sosro.

PT. Sinar Sosro adalah perusahaan yang mempromosikan minuman ringan dengan ciri khas teh asli. PT. Sinar Sosro mengembangkan produk minuman teh rasa asli yaitu Teh Botol Sosro. Karena produk teh ini merupakan salah satu produk yang menawarkan kualitas produknya dalam menarik minat beli konsumen, karena sebagai minuman teh tanpa bahan pengawet. SOSRO merupakan pelopor produk teh siap minum dalam kemasan yang pertama di Indonesia.

Dalam memasarkan produknya tentu akan menimbulkan persaingan antar perusahaan, namun inilah yang sebenarnya dalam ilmu pemasaran, karena semakin ketatnya persaingan maka setiap perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk

terus meningkatkan volume penjualan penjualannya. Demikian juga halnya yang dilakukan oleh PT. SINAR SOSRO di Kota Medan yang merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam dibidang industry penjualan minuman siap saji.

Berdasarkan uraian diatas, bahwa kualitas produk dan harga Teh Botol Sosro yang belum maksimal menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Teh Botol Sosro. Faktor yang pertama yaitu kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Tjiptono (2008) berpendapat kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya, apabila sebuah produk melebihi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas dan akan menyampaikan hal-hal yang baik mengenai produk yang dibelinya kepada orang lain. Bagi semua perusahaan, baik yang menjual produk maupun jasa, perilaku konsumen pasca pembelian, akan menentukan minat konsumen apakah mereka akan membeli lagi produk perusahaan yang ditawarkan tersebut. Melalui kualitas, perusahaan dapat mempertahankan keunggulan produknya, kualitas produk akan menimbulkan kepuasan pada konsumennya.

Teh Botol Sosro memiliki kualitas produk yang baik, ciri khas dari rasa Teh Botol Sosro yang berbeda dari para pesaing membuat Teh Botol Sosro memiliki keunggulan dari produk pesaing. Akan tetapi, konsumen juga akan membandingkan mengenai ketahanan produk Teh Botol Sosro dengan produk pesaing, dimana produk Teh botol Sosro akan lebih mudah basi bila penyimpanan dan kemasannya berada dalam keadaan yang kurang baik. Hal tersebut dapat membuat konsumen tidak puas dengan kualitas produk Teh Botol Sosro. Kedua yaitu harga. Harga juga merupakan faktor yang paling diperhatikan mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor oleh konsumen, dimana harga yang ditawarkan akan dibandingkan oleh konsumen dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Harga adalah bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan; fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi, membutuhkan lebih banyak waktu (Kotler dan Keller, 2009).

Harga yang ditawarkan Teh Botol Sosro dianggap kurang dapat bersaing dengan harga yang ditawarkan pesaing. Hal ini membuat konsumen memilih produk yang lebih murah sehingga dapat menurunkan tingkat penjualan Teh Botol Sosro. Faktor yang ketiga adalah keputusan pembelian.

Pengambilan keputusan perpindahan merek yang dilakukan konsumen dapat terjadi karena adanya ketidakpuasan yang diterima konsumen setelah melakukan pembelian. Ketidakpuasan konsumen ini muncul karena pengharapan konsumen tidak sama atau lebih tinggi daripada kinerja yang diterimanya dari

pemasar. Hal ini menimbulkan ketidakpuasan yang dapat mempengaruhi sikap dan niat untuk melakukan pembelian pada masa konsumsi berikutnya.

Tabel 1.1

**Daftar Menu Makanan di Cafe Rifqi Jaya Medan Tembung
Pada Tahun 2022**

No	Nama Menu Makanan	Harga
1	Mie Aceh	12.000,-
2	Mie Bangladesh	10.000,-
3	Nasi Goreng	15.000,-
4	Mie Goreng	12.000,-
5	Ayam Penyet	10.000,-
6	Martabak Telur	10.000,-
7	Tempe Goreng	9.000,-
8	Roti Cane	9.000,-
9	Kentang Goreng	10.000,-
10	Nugget	10.000,-
11	Pecal Lele	13.000,-
12	Indomie Seafood	17.000,-

Sumber : Cafe Rifqi Jaya, 2022

Tabel 1.2

**Daftar Menu Minuman di Cafe Rifqi Jaya Medan Tembung
Pada Tahun 2022**

No	Nama Menu Minuman	Harga
1	Aneka Juice	15.000,-
2	Puding Telur Setengah Masak	13.000,-
3	TST	15.000,-
4	Bandrek Susu	12.000,-
5	Kopi Susu	11.000,-
6	Teh Susu	10.000,-
7	Kopi Hitam	9.000,-
8	Susu Putih	8.000,-
9	Teh Hijau	10.000,-
10	Kopi Ulee Kareng	10.000,-
11	Beng Beng	12.000,-
12	Fruitea	10.000,-

13	Teh Botol Sosro	9.000,-
14	Tebs	9.000,-
15	Sprite	9.000,-
16	Fanta	9.000,-
17	Coca cola	9.000,-
18	Cappucino	12.000,-
19	Teh Tarik	10.000,-
20	Milo	10.000,-
21	Nutrisari	7.000,-
22	Jus Pinang Muda	13.000,-

Sumber : Cafe Rifqi Jaya, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 dan 1.2 menunjukkan bahwa menu makanan dan minuman di Café Rifqi Jaya sebanyak 34 menu. Adapun menu makanan sebanyak 12 menu dan untuk menu minuman sebanyak 22 menu. Untuk harga makanan dan minuman berkisar dari Rp.7.000 s/d Rp.17.000.

Tabel 1.3
Penjualan di Café Rifqi Jaya bulan Juni - Desember 2022

Bulan	Penjualan (Rp.)	Kenaikan/penurunan penjualan (Rp.)	Persentase kenaikan /penurunan penjualan
Juni	90.538.000,-	-	-
Juli	85.995.500,-	- 4.542.500,-	5,01%
Agustus	83.508.000,-	- 2.487.500,-	2,89%
September	88.600.000,-	-5.092.000,-	5,74%
Oktober	80.690.000,-	-7.910.000,-	9,80%
November	83.270.500,-	+2.580.500,-	3,09%
Desember	98.965.000,-	+ 15.694.500,-	15,85%

Sumber: Cafe Rifqi Jaya di Tuasan Medan Tembung , 2022

Berdasarkan pada tabel data penjualan di atas, menjelaskan bahwa penjualan di Cafe Rifqi Jaya di Tuasan Medan Tembung mengalami peningkatan

dan penurunan selama tujuh bulan terakhir. Akan tetapi, apabila dilihat dari data bulan Juni 2022 hingga bulan Desember 2022 mengalami penurunan dan peningkatan. Data penjualan di Cafe Rifqi Jaya di Tuasan Medan Tembung cenderung menunjukkan penurunan pada bulan Juli – Oktober tahun 2022. Penurunan tersebut mengindikasikan bahwa berkurangnya keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen di Cafe Rifqi Jaya di Tuasan Medan Tembung pada bulan Juni sampai dengan Oktober 2022 dan terjadi peningkatan pada bulan November – Desember 2022.

Tabel 1.4

**Data Penjualan Teh Botol Sosro di Cafe Rifqi Jaya Tuasan Medan Tembung
2022**

Bulan	Jumlah Botol	Penjualan (Rp.)	Kenaikan/penurunan penjualan (Rp.)	Persentase kenaikan/penurunan penjualan
Juni	96	864.000,-	-	-
Juli	85	765.000,-	- 99.000,-	11,4%
Agustus	81	729.000,-	- 36.000,-	-4,7%
September	79	711.000,-	- 18.000,-	-2,4%
Oktober	60	540.000,-	- 171.000,-	-24%
November	67	603.000,-	+ 63.000,-	11.6%
Desember	89	801.000,-	+ 198.000,-	32,8%

Sumber: Cafe Rifqi Jaya di Tuasan Medan Tembung , 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa penjualan Teh Botol Sosro mengalami fluktuasi penjualan dari bulan Juni – Desember 2022. Penurunan terjadi pada bulan Juni – Oktober dan mengalami peningkatan pada bulan November –

Desember 2022. Penjualan Teh Botol Sosro paling sedikit terjadi pada bulan Oktober dan Penjualan Teh Botol Sosro terbanyak terjadi pada bulan Juni.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Suatu hal yang lazim bahwa seorang konsumen menginginkan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, dan inilah mengapa faktor harga menjadi penting. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk, namun dalam penetapan harga perusahaan juga mempertimbangkan nilai, manfaat, kualitas produk, dan juga harga yang kompetitif yang mampu bersaing.

Menurut Monroe (2005:91) harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga merupakan salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Oleh karena itu, pemasar harus pandai menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan produk dengan efektif. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa kualitas produk dan harga, berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Teori tersebut berbanding terbalik dengan data survei pendahuluan yang saya peroleh, dimana harga yang diberikan kurang dapat bersaing dengan harga yang ditawarkan pesaing, sedangkan mengenai kualitas Teh Botol Sosro yang masih belum dapat memenuhi kriteria dan harapan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro pada Konsumen Di Kecamatan Medan Tembung”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik identifikasi masalah yang menimbulkan permasalahan yang ada, yaitu sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan Teh Botol Sosro di Cafe Rifqi Jaya Tuasan Medan Tembung pada bulan Juli – Oktober 2022.
2. Teh Botol Sosro masih kurang diminati Konsumen di Cafe Rifqi Jaya Tuasan Medan Tembung.
3. Harga yang ditawarkan relatif lebih mahal dibandingkan dengan Café di sekitarnya.
4. Volume Penjualan Teh Botol Sosro masih tergolong rendah dibanding penjualan menu lainnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Pada Konsumen di Kecamatan Medan Tembung.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teh Botol Sosro?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teh Botol Sosro?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Teh Botol Sosro?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro.
3. Untuk menganalisis kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

a. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk penulis sehingga dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pemahaman mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian teh siap minum dalam kemasan merek Teh Botol Sosro.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi informasi penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga sebagai bahan pertimbangan dalam mendukung upaya perbaikan usaha yang dijalankan perusahaan serta sebagai alat untuk membantu dalam pengambilan keputusan.

2. Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif dan bahan evaluasi bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya. Dalam hal ini, yang dapat mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga, terhadap keputusan pembelian pada suatu perusahaan juga sebagai informasi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.