

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Negara Indonesia tahu sangat populer dan sangat digemari oleh setiap lapisan masyarakat. Tahu merupakan makanan yang terbuat dari bahan dasar kedelai yang difermentasikan dan diambil sarinya. Tahu sebenarnya berasal dari negara Cina. Tahu oleh masyarakat Indonesia sering dikonsumsi dalam sehari-hari. Makanan yang merakyat ini bisa dibuat aneka jenis makanan dan camilan. Jadi industri tahu hingga saat ini masih terbuka lebar dan bisa dikatakan sebagai usaha yang menjanjikan karena mengingat tahu sering dikonsumsi oleh masyarakat. Tahu banyak dikonsumsi masyarakat karena tahu memiliki kandungan protein yang sangat tinggi dan sangat baik untuk kesehatan tubuh.

Banyak sebagian dari masyarakat yang mendirikan industri tahu. Meskipun persaingan dalam memproduksi tahu ini masih sangat ketat, namun tidak menutup kemungkinan industri tahu suatu saat nanti mendapatkan permintaan dari konsumen. Prospek usaha ini sangat bagus dan tidak ada matinya, karena tahu merupakan makanan pokok di masyarakat. Keberadaan suatu industri adalah untuk mencapai tujuan. Tujuan yang akan dicapai antara lain profitabilitas, efisiensi, kepuasan dan pengembangan karyawan, kualitas produk dan jasa yang memuaskan pelanggan, tanggung jawab sosial dan hubungan baik dengan masyarakat, kemampuan pasar, pelayanan masyarakat dan tujuan lainnya.

Untuk mencapai tujuan tersebut tentunya akan melibatkan sistem pemasaran yang menjadi tujuan utama industri, yaitu meningkatkan volume penjualan sehingga tingkat laba jangka panjang yang ditargetkan industri itu akan bisa tercapai.

Saluran distribusi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan didalam pemasaran oleh UD. Sumber Rejeki untuk menjalankan usahanya. Keberhasilan suatu industri di dalam mengelola saluran distribusinya, akan mempengaruhi volume penjualan produk yang ditawarkan. Saluran distribusi yang efektif dan efisien akan berpengaruh terhadap penetapan harga pada produk yang akan dijual.

Untuk mencapai laba yang diinginkan baik rencana maupun realisasinya manajemen pemasaran dapat meningkatkan efektifitas peranan saluran distribusi pada perusahaan yang bersangkutan. Jadi upaya peningkatan peranan saluran distribusi merupakan suatu cara atau strategi yang dilakukan perusahaan untuk mencapai volume penjualan akan terus mengalami peningkatan.

Selain saluran distribusi, pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dimana pelayanan yang baik tentunya dapat menarik perhatian konsumen yang berpengaruh positif untuk keputusan pembelian. Pelanggan dalam menentukan kualitas layanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan tersebut tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut. *“Service quality is the customer perception of the superiority of the service” (Zeithaml, Berry & Parasuraman, 2002, p.44)*. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh persepsi pelanggan, oleh karena itu badan usaha harus berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik.

Sehingga pelayanan yang baik serta kepuasan pelanggan tersebut dapat mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya. Variabel ini sangat penting dalam proses volume penjualan karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan.

Tingkat harga yang diterapkan oleh perusahaan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya

karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam perusahaan (Tjiptono 2002). Harga juga merupakan variabel penting. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau memicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga menjadi indikator kualitas tinggi akan berani dipatok dengan yang tinggi pula. Harga akan dapat mempengaruhi kesadaran konsumen akan suatu produk.

Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Menurut Kotler & Armstrong (2007) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Industri dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang industri tersebut akan lebih berhasil dari industri lain. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan menimbulkan suatu kesadaran akan merek produk tersebut. Yang akan berdampak positif pada peningkatan volume penjualan.

Berpijak pada uraian latar belakang masalah yang diuraikan di atas dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul "PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI, PELAYANAN, PENETAPAN HARGA JUAL, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN TAHU UD. SUMBER REJEKI REMBANG".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan-permasalahan yang ada atau dihadapi dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang?
3. Apakah ada pengaruh penetapan harga jual terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang?
5. Apakah ada pengaruh saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sebuah arahan yang menjadi pedoman pada setiap penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang dirumuskan. Oleh karenanya tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.
2. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.
3. Untuk menganalisis pengaruh penetapan harga jual terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.

4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.
5. Untuk menganalisis pengaruh saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam ilmu pendidikan sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan. Dapat meningkatkan, memodifikasi dan mengembangkan pengetahuan atau menambah perbendarahan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan.

3. Secara praktis

Hasil penelitian diharapkan bermanfaat bagi pengusaha industri tahu untuk mengambil kebijakan-kebijakan untuk meningkatkan volume penjualan sehingga dapat mencapai target penjualan dengan mendapatkan laba yang sebesar-besarnya.