

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini membawa dampak yang besar bagi dunia usaha. Perusahaan merupakan salah satu bentuk organisasi yang pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai dalam usaha untuk memenuhi kepentingan para anggotanya. Adanya kemajuan teknologi para pengusaha dituntut untuk selalu bersaing guna meningkatkan kualitas produknya. Perkembangan usaha yang pesat memberikan gambaran bahwa kesejahteraan masyarakat semakin meningkat. Hal ini dapat menyebabkan peningkatan daya beli masyarakat yang semakin tinggi. Saat ini banyak sekali bermunculan perusahaan-perusahaan dengan beragam bentuk usahanya. Menandakan dunia usaha saat ini semakin maju. Agar perusahaan dapat terus berdiri dan berkembang dalam jangka waktu yang lama. Perusahaan harus punya strategi yang tepat guna menghadapi persaingan antar pengusaha. Sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk membeli produk tersebut. Salah satu strategi yang tepat adalah kemampuan dalam menjual produknya, melakukan inovasi yang menarik, mengendalikan biaya-biaya masuk dan keluar, pemanfaatan sumber-sumber keuangan dan sumber daya manusia. Dengan strategi yang diterapkan perusahaan tersebut diharapkan perusahaan dapat memaksimalkan perolehan laba yang mereka peroleh.

Besar kecilnya laba dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, harga jual produk dan biaya-biaya distribusi produk. Pada dasarnya kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu maka suatu perusahaan perlu mengadakan riset dalam usahanya untuk

mengetahui produk apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsi terhadap harga produk, jenis produk, pemasaran produk, serta keberadaan produk.

Harga jual produk adalah merupakan salah satu yang menjadi factor penentu dalam dunia usaha. Karena harga adalah satu penentu minat konsumen untuk membeli suatu produk. Hubungan harga dengan minat konsumen adalah semakin rendah harga suatu produk maka minat konsumen akan semakin tinggi. Dan sebaliknya jika semakin tinggi harga jual suatu produk maka minat konsumen untuk membelinya juga akan semakin rendah pula. Harga juga merupakan salah satu faktor penentu dilakukan antara lain dengan cara meningkatkan harga jual produk atau bisa juga dengan cara meminta konsumen membayar biaya distribusi saat produk tersebut di kirim.

PT. Rahayu Arumdhani internasional merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Food and Beverage*, Haagen-dazs es krim yang berada di daerah Surabaya. Banyak sekali jenis es krim super premium dihasilkan oleh perusahaan tersebut, mulai dari es krim yang berukuran kecil, berukuran sedang dan berukuran besar. Banyak juga menu-menu es krim yang dibuat untuk menarik konsumen. Perusahaan ini juga memiliki banyak pelanggan seperti pelanggan dari Makassar, Jakarta, Bandung, Jawa Tengah, Bali dan lainnya. Perusahaan ini juga memiliki pelanggan tetap yang setiap minggunya memesan barang. Baik pada saat promo atau harga tanpa diskon. Banyaknya jenis dan rasa pada *ice cream* yang merupakan salah satu hal yang dapat menarik minat pelanggan untuk membeli produk di perusahaan PT. Rahayu Arumdhani. Dan juga harga yang kenaikannya relative stabil pertahun yang membuat para pelanggan tetap bertahan menjadi konsumen di PT. Rahayu Arumdhani

internasional. Perusahaanpun bisa diminta untuk mengirim barangnya jika konsumen memintanya.

Karena banyak sekali perusahaan lain yang bergerak di bidang tersebut, sehingga mengakibatkan volume penjualan produk-produk di PT. Rahayu Arumdhani internasional (*Haagen-dazs*), dari waktu ke waktu mengalami kenaikan atau penurunan yang artinya volume penjualan tidak selalu stabil. Faktor lain yang dapat mempengaruhi volume penjualan adalah harga produk dan kualitas produk. Perusahaan PT. Rahayu Arumdhani internasional juga harus menentukan penyuluhan distribusi yang tepat, efisien dan efektif.

Harga produk dan distribusi produk yang akhirnya dapat digunakan sebagai salah satu solusi guna bersaing dengan perusahaan lain. Sehingga dapat meningkatkan volume penjualan di perusahaan. Sementara itu dengan adanya aktivitas distribusi yang dilakukan perusahaan serta adanya penetapan harga produk oleh perusahaan. Perusahaan belum mengetahui secara detail seberapa besar pengaruh harga produk dan juga pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan di perusahaannya.

Keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan. Karena harga merupakan salah satu penentu laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan. Jika harga yang ditetapkan oleh pengusaha tinggi, maka volume penjualan akan menurun. Sedangkan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh pengusaha terlalu rendah maka volume penjualan akan meningkat, namun keuntungan perusahaan juga akan berkurang. Perusahaan harus bisa mengetahui dan mengukur kemampuan daya beli setiap konsumennya. Sehingga perusahaan dapat menentukan harga sesuai dengan keinginan konsumen namun juga tidak merugikan perusahaan melainkan menjadi suatu keuntungan.

Setiap konsumen berbeda ada yang mementingkan kualitas produk dari pada harga ada pula yang mementingkan harga dari pada kualitas produknya.

Tentunya dengan keadaan ini perusahaan harus bisa menciptakan produk dengan kualitas yang berbeda dan dengan harga yang berbeda pula. Sehingga produk dari perusahaan tersebut bisa dikenal atau diminati oleh semua kalangan baik kalangan menengah kebawah ataupun menengah keatas. Jika konsumen puas dengan harga yang sesuai dengan produk yang dibelinya. Maka, kemungkinan akan terjadi pembelian kembali terhadap produk tersebut.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penjualan suatu produk adalah pendistribusian barang. Distribusi adalah penyaluran atau pengangkutan produk ke tempat konsumen itu berada. Sehingga konsumen tidak perlu memikirkan bagaimana cara pengangkutan barang yang mereka beli. Distribusi yang tepat dan cepat akan sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Karena menyangkut kepercayaan konsumen terhadap tanggung jawab perusahaan tersebut.

Perusahaan tentunya harus tahu bahwa konsumen tentunya menginginkan produk yang dibelinya terkirim secara cepat dan tepat kapanpun dan dimanapun tempatnya. Jika konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kemungkinan besar akan terjadi pembelian terulang kembali terhadap perusahaan tersebut. Jika terjadi kelambatan dalam penyediaan atau pengiriman barang akan dapat mengurangi kepercayaan pada perusahaan dan konsumen dapat berpindah dapat berkurang konsumennya. Hal ini berdampak juga terhadap volume penjualan pada perusahaan tersebut. Volume penjualan pada perusahaan tersebut bisa berkurang. Jika volume perusahaan berkurang maka akan berdampak pada laba perusahaan akan menurun.

Perusahaan seharusnya mementingkan laba perusahaan, perusahaan harus memiliki strategi agar biaya distribusi tidak berpengaruh terhadap penurunan laba di perusahaan. Strategi tersebut bisa.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulisan tertarik untuk membahas masalah harga produk serta biaya distribusi yang dikaitkan pada volume penjualan produk diperusahaan tersebut. Sehingga peneliti memutuskan untuk mengambil judul "**PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI PT. RAHAYU ARUMDHANI INTERNASIONAL DI SURABAYA PADA TAHUN 2014 - 2016**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah terdapat pengaruh secara *parsial*, antara harga produk terhadap volume penjualan di PT. Rahayu Arumdhani Internasional ?
- 2) Apakah terdapat pengaruh secara *parsial*, antara kualitas produk terhadap volume penjualan di PT. Rahayu Arumdhani Internasional ?
- 3) Apakah terdapat pengaruh secara *simultan* harga produk dan kualitas produk terhadap volume penjualan di PT. Rahayu Arumdhani Internasional ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh secara parsial harga produk berpengaruh terhadap volume penjualan di PT. Rahayu Arumdhani Internasional.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan di PT. Rahayu Arumdhani Internasional.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan harga produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan di PT. Rahayu Arumdhani Internasional.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek akademis

Semoga bisa dijadikan referensi atau masukan bagi para akademis yang akan meneliti dibidang penelitian yang sejenis.

2. Aspek ilmu pengetahuan

- a) Sebagai bahan referensi atau masukan bagi penelitian lain yang meneliti terkait dengan penelitian ini.
- b) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi tentang harga produk dan kualitas produk.

3. Aspek praktis

a) Bagi peneliti

Sebagai pengetahuan bagi penulis karena dapat secara langsung meneliti masalah harga produk dan kualitas produk terhadap volume penjualan di suatu perusahaan.

b) Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat menggunakannya sebagai salah satu pertimbangan tau sebagai pendukung suatu keputusan untuk masalah yang ada di perusahaan terutama masalah harga produk dan juga masalah kualitas produk sehingga perusahaan dapat terus berkembang dan bertahan menghadapi persaingan usaha yang ketat.