

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan pembuat plastik, terutama produksi kemasan plastik, mengalami peningkatan yang cepat sekarang ini. Hal ini terlihat dari banyaknya bisnis berbasis plastik PET yang didirikan. Perusahaan plastik tidak bisa begitu saja menjalankan operasinya sehari-hari. Jika tidak memberikan pelanggan apa yang mereka inginkan. Untuk melakukan itu, perusahaan perlu melakukan dengan baik dan memenuhi kebutuhan mereka. Selain menawarkan harga yang terjangkau dan meningkatkan kualitas produk. Kualitas produk, menurut penjelasan Prawirosentono, adalah kualitas tertentu dari suatu produk yang dapat memuaskan pelanggan. Tindakan kualitas produk: fitur, kesesuaian, daya tahan, kemudahan servis, kinerja, dan estetika. Selain itu, sejumlah indikator yang terkait dengan lingkungan, bahan baku, sumber daya manusia, dan prosedur kerja semuanya berdampak pada kualitas produk.

Perusahaan kemasan plastik perlu melakukan segala upaya untuk berfungsi seefisien mungkin agar perusahaan dapat mempertahankan citra positif dan mendapatkan kepercayaan pelanggan di masa depan. Hal ini memerlukan kemampuan perusahaan untuk memahami preferensi konsumen terhadap perusahaan kemasan plastik itu mengawasi.

Alma, sebagaimana dinyatakan dalam 2011:169) Harga adalah jumlah moneter atau metrik lain yang ditukar dengan kepentingan kepemilikan atau pilihan pelanggan. (termasuk produk dan layanan lainnya). Rahman, sebagaimana dinyatakan dalam 2010:132-142) metode penerapan harga: price lining, harga penetrasi, skimming harga, harga mengikuti pemimpin, harga variabel, dan harga fleksibel. Mengembalikan investasi atau pengembalian modal usaha, menjaga stabilitas harga, menjaga kelangsungan perusahaan, dan memenuhi kebutuhan bisnis adalah alasan untuk menerapkan harga. Mengetahui klien, biaya, target pendapatan, pesaing, dan mitra pasar potensial merupakan faktor penting yang harus diperhitungkan saat menghitung harga jual produk. Harga jual ditentukan oleh detail terkecil: Perhatikan pelanggan Anda, awasi pesaing Anda, dan miliki strategi penetapan harga yang berhasil. Termasuk komposisi ini dalam proses penetapan harga, misalnya. Bisnis plastik PET memiliki sangat potensial sebagai sebuah bisnis. Dimana bisnis jenis ini tidak asing dengan istilah "kadaluarsa".

Kemungkinan menjadi produk jadi yang siap dikemas mencapai 70% selama proses produksi. Selain itu, perusahaan mengelola 30% barang jadi yang ditolak dengan cara menggiling botol-botol yang ditolak dan kemudian menjualnya ke pengepul. Kemungkinan barang reject selama proses produksi kurang lebih 30 persen. Metode Delphi salah satunya, dan butuh waktu dan tenaga untuk mencari perkiraan jangka panjang.

1.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang informasi yang diberikan di atas, tantangan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor apa yang dipertimbangkan konsumen saat memilih produk dan melakukan pembelian?

2. Bagaimana pelanggan dapat merasa puas dengan produk dan layanan yang ditawarkan bisnis saat mereka melakukan pembelian?
3. Strategi penetapan harga apa yang digunakan untuk menjangkau pasar konsumen sasaran?

1.3. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mempelajari faktor-faktor apa yang dipertimbangkan konsumen saat memilih produk mana yang akan dibeli.
2. Mempelajari cara membuat pelanggan senang dengan layanan yang ditawarkan bisnis saat mereka melakukan pembelian.
3. Memahami cara menetapkan harga untuk menasar basis konsumen yang diinginkan

1.4. Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademis
 - a. Buku referensi yang berisi orang-orang terkait yang membutuhkan pengetahuan tentang unsur-unsur yang diperhitungkan pelanggan saat melakukan pembelian.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan di kalangan civitas akademika, khususnya dalam bidang ilmu pengambilan keputusan pembelian.
2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu setiap orang memahami bagaimana menerjemahkan teori ke dalam praktik di lapangan.

3. Aspek Praktis

- a. Sebagai rekomendasi dan faktor yang perlu diperhatikan saat meningkatkan tingkat layanan pelanggan sehingga pelanggan akan mempertimbangkannya saat membeli produk.
- b. Untuk menjelaskan penelitian, terutama yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam pelajaran kuliah.