

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk olahan dari bahan alami herbal untuk meredakan pegal linu serta nyeri otot akibat bekerja keras dan olahraga berat, untuk pria dan wanita, baik sudah tua maupun masih muda atau biasa dikenal dengan produk Pilkita. Dalam perjalanannya mampu menembus beberapa zaman hingga bertahan sampai sekarang, ini tak terlepas dari peran Purwanto Rahardjo pemilik usaha jamu dengan bendera PT Marguna Taratula APK Farma. Lewat usahanya yang gigih dan tak kenal putus asa, berjuang mempertahankan Pilkita di tengah perkembangan teknologi yang sangat pesat seperti saat ini. Pada awal tahun 1960 Pilkita berhenti produksi hingga beberapa tahun kemudian lewat tangan Purwanto Rahardjo Pilkita kembali beredar di pasaran.

Produk Pilkita dari bahan alami herbal yang dulunya memiliki sejarah perjalanan panjang hingga saat ini di tengah modernisasi terus mencoba bertahan meski peminat Pilkita di zaman modern seperti sekarang ini menurun hanya dari kalangan orang-orang yang sudah lanjut usia, berkurangnya minat konsumen Pilkita di Ponorogo serta harga di pasaran yang semakin tinggi membuat konsumen lebih beralih ke produk lain dengan harga yang lebih terjangkau dan lebih cepat terasa manfaatnya, sebab produk Pilkita ini terbuat dari bahan-bahan herbal jadi perlu rutin untuk mengkonsumsinya agar hasilnya maksimal.

Produk Pilkita juga memiliki fungsi lain, selain untuk memulihkan pegal linu serta nyeri otot akibat bekerja keras dan olah raga berat. Pilkita juga

berkhasiat untuk membantu menyegarkan badan dan memelihara kesehatan, memperbaiki nafsu makan serta meredakan sakit pinggang.

Perkembangan produk Pilkita di Ponorogo yang distribusikan oleh PT Javas Tripta Sejahtera Kantor cabang Ponorogo melalui salesmannya kepada konsumen yang berperan untuk mengembalikan minat beli dari pada konsumen Pilkita yang sedang mengalami penurunan dengan melalui berbagai cara yakni melakukan event-event pasar, promosi secara langsung kepada calon konsumen maupun melalui media iklan serta melakukan komunikasi efektif salesman kepada outlet – outlet retail yang ada di Ponorogo selain untuk bertukar pendapat serta menerima kritik dan saran, juga untuk saling menguatkan hubungan baik antara salesman dan juga outlet agar terjalin rasa kekeluargaan antara outlet dan salesman nya.

Konsumen produk herbal Pilkita biasanya mengkonsumsi Pilkita sebab termasuk kategori jamu atau komposisinya dari bahan herbal alami. Seseorang membeli produk bahan herbal ini akan aman tanpa efek samping apapun sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Misal mereka membeli produk herbal alami bukan sebab barang tersebut semata mata mampu untuk menyembuhkan penyakitnya tapi di sisi lain faktor efek samping yang ditimbulkan dari obat tersebut. Kebutuhan untuk mengkonsumsi produk olahan herbal yang alami jauh lebih baik dibandingkan mengkonsumsi obat-obat berbahan kimia, untuk itu agar tetap sehat secara herbal dan alami maka konsumen harus meminum seacara rutin agar hasil yang didapat maksimal.

Komunikasi efektif salesman di PT Javas Tripta kantor cabang Ponorogo satu diantara faktor yang mendasari para calon konsumen untuk membeli produk

herbal Pilkita. Komunikasi efektif salesman kepada konsumen ialah pertukaran ide, gagasan, masukan, informasi, dan kritik yang memiliki tujuan tertentu, yang disajikan secara personal ataupun impersonal melalui symbol atau sinyal sehingga pesan dari perusahaan ataupun dari salesman dapat dipahami dengan efektif oleh konsumen (Sumber penulis buku Joko rizkie widokarti dan Donni Juni Priansa tentang Komunikasi, 2018) mengutarakan bahwa semakin baik komunikasi efektif salesman kepada calon konsumennya, maka semakin tinggi tingkat minat konsumen untuk membeli produk Pilkita tersebut.

Mendasarkan pada uraian tentang pentingnya komunikasi efektif salesman, harga dan promosi, keputusan minat beli konsumen pada produk Pilkita, maka penelitian ini mengajukan judul “Pengaruh Komunikasi Efektif Salesman, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Outlet Retail Pada Produk Pilkita di PT Javas Tripta Sejahtera Kantor Cabang Ponorogo”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini ialah :

- a. Apakah Komunikasi Efektif Salesman berpengaruh terhadap Minat Beli Outlet Retail pada produk Pilkita di PT Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo?*
- b. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Outlet Retail pada produk Pilkita di PT Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo?*
- c. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Minat Beli Outlet Retail pada produk Pilkita di PT Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo?*

- d. Apakah Komunikasi efektif salesman, Harga, dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli Outlet Retail pada produk Pilkita di PT Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang sudah diuraikan penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Mengetahui pengaruh Komunikasi Efektif Salesman terhadap Minat Beli Outlet Retail pada produk Pilkita di PT Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo.
- b. Mengetahui pengaruh Harga terhadap minat beli Outlet Retail pada produk Pilkita di PT Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo.
- c. Mengetahui pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Outlet Retail pada produk Pilkita di PT Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo.
- d. Mengetahui pengaruh Komunikasi Efektif Salesman, Harga, dan Promosi secara simultan terhadap Minat Beli Outlet Retail pada produk Pilkita di PT Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan beberapa manfaat penelitian sebagai berikut;

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengimplementasikan materi yang sudah diperoleh penulis selama masa perkuliahan.

- b. Bagi perusahaan yang di teliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan di kantor cabang Ponorogo dalam rangka meningkatkan minat outlet retail melalui komunikasi efektif salesman, harga dan promosi. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tsebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam mengambil keputusan terkait dengan strategi pemasaran.

c. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan refrensi untuk penelitian selanjutnya.

