

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Pada era globalisasi seperti saat ini pertumbuhan ekonomi dunia menjadi hal yang sangat diperhatikan, karena hal ini mempengaruhi keadaan suatu negara terutama yang sedang berkembang. Data yang diperoleh dari Sindonews ( Rabu, 18/01/17,14:04 WIB) pada tahun 2017 perekonomian global ada diangka 3.4%. Menteri keuangan (Menkue) Sri Mulyani menjelaskan “Kalau kita lihat pertumbuhan secara umum, pertumbuhan ekonomi dunia, kita lihat perekonomian masih alami tekanan yang sebabkan kinerja pertumbuhan ekonomi dunia 2016 dikoreksi jadi 3,1% dari semula 3,8%. Pada 2017 juga sudah direvisi ke bawah 3,7% jadi 3,4%”.

Menteri Ekonomi Sri Mulyani menjelaskan “Faktor yang mempengaruhi lemahnya ekonomi dunia dari sisi permintaan, ekonomi negara besar masih proses konsolidasi yang sebabkan harga komoditas belum pulih karena permintaan lemah. Kita masih lihat China sebagai ekonomi terbesar kedua masih proses rebalancing, proses pertumbuhan ekonomi China akan terus menerus diperhatikan dunia karena pengaruh banyak dari sisi permintaan” (Sumber : Sindonews.com, 18/01/17,14:04 WIB).

Di Indonesia sendiri diperkirakan pertumbuhan nasional pada triwulan ke II sebesar 5,18%, triwulan ke III 5,02% (sumber : [www.bappenas.go.id](http://www.bappenas.go.id)). Sedangkan pada tahun 2017 Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala

Bappenas Bambang Permadi Soemantri Brodjonegoro menjelaskan “Untuk pertumbuhan ekonomi 2017, saya perkirakan masih pada range 5,1% sampai 5,3%” ( dikutip dari Antara 31/12/16 dalam Tempo.co 31/12/16.17:13 WIB). Beberapa cara yang dapat dilakukan agar tidak terdampak perlambatan ekonomi adalah dengan menarik investasi kedalam negeri, hal ini telah dilakukan pemerintah dengan mengadakan amnesty pajak, dengan adanya investasi yang masuk diharapkan mampu membuat ekonomi dalam negeri tumbuh sesuai target. Selain itu, untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional adalah dengan meningkatkan pendapatan negara, untuk itu pemerintah perlu mengembangkan BUMN, Koperasi serta BUMS.

Di dalam Undang Undang Republik Indonesia No 19 Tahun 2003 Pasal 1 poin 1 dijelaskan Badan Usaha Milik Negara yang selanjutnya disebut BUMN adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. Memiliki dua bentuk, yaitu badan usaha perseroan (Persero) dan badan usaha umum (Perum). Badan usaha perseroan seluruh modalnya atau minimal 51% sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan, contohnya PT. Pertamina dan PT. KAI, sedangkan untuk Perum seluruh modalnya dimiliki oleh negara dan tidak terbagi atas saham, contohnya Perum Bulog dan Perum Pegadaian.

Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh perseorangan atau badan hukum koperasi, untuk dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan

bersama dibidang ekonomi, sosial dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi (UU No 17 Tahun 2012). Dari segi organisasi memiliki perbedaan dengan badan hukum lain karena kekuatan paling tinggi ada ditangan anggotanya serta tidak membeda-bedakan kepentingan anggotanya. Dalam UU No. 25 Th 1992 Pasal 41 disebutkan modal terdiri atas modal sendiri dan modal pinjaman. Modal sendiri bisa berupa simpanan pokok anggota, simpanan wajib, dana cadangan, donasi atau hibah. Sedangkan modal kedua didapat dari pinjaman yang bersumber dari anggota, koperasi lain, bank serta lembaga keuangan lainnya.

BUMS (Badan Usaha Milik Swasta) adalah badan usaha yang didirikan oleh seseorang ataupun kelompok dengan tujuan murni menyediakan barang/jasa yang dibutuhkan masyarakat melalui usaha komersil, membantu pemerintah meningkatkan penerimaan negara melalui pajak, mengadakan kegiatan produksi serta meningkatkan lapangan kerja. Terdiri dari badan usaha perseorangan, badan usaha persekutuan (Partnership) atau *commanditaire vennotschap* (CV) dan yang perseroan terbatas (PT).

Dalam bidang usahanya BUMS terbagi menjadi beberapa sektor, dua diantaranya agraris dan industri. Sektor agraris menempatkan pertanian sebagai roda penggerak perekonomian terutama yang ada di pedesaan. Hal ini dapat dilihat dari potensi lahan yang ada, selain itu karena mayoritas penduduk yang ada di desa bekerja sebagai petani. Konsep yang ada dalam sektor ini adalah perencanaan yang berbasiskan memanfaatkan sumber daya alam yang ada dalam suatu wilayah agar perekonomian dapat berkembang.

Menurut UU No.5 Th 1984 tentang perindustrian, industri adalah kegiatan yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Sedangkan menurut KBBI, adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misal mesin. Dibedakan menjadi dua, pertama industri barang merupakan usaha mengolah bahan mentah menjadi barang jadi, kegiatan ini menghasilkan berbagai jenis barang seperti pakaian, sepatu, mobil, pigura dan lainnya. Kedua industri jasa yaitu kegiatan ekonomi yang mencari keuntungan dengan memberikan pelayanan atau jasa, contohnya jasa transportasi.(sumber : Wikipedia ).

Salah satu contoh industri yang saat ini terus berkembang adalah percetakan yaitu proses produksi secara massal berupa tulisan dan atau gambar terutama dengan tinta diatas kertas menggunakan mesin cetak. Produk yang dihasilkan sangat dibutuhkan oleh manusia pada zaman ini sebagai contohnya buku, majalah, koran, brosur, foto dan lainnya.

Untuk menimbulkan minat beli maka sebuah percetakan harus mengenalkan terlebih dahulu produk ataupun perusahaanya kepada calon pembeli salah satu caranya adalah dengan iklan. Sangadji dan Sopiha (2013) mendefinisikan iklan sebagai salah satu dari empat jenis promosi yang digunakan oleh pemasar untuk mengarahkan komunikasi yang bertujuan untuk meyakinkan konsumen. Selain itu usaha yang diharapkan dapat meningkatkan minat beli adalah dengan display yang dipajang. Tak jarang yang datang hanya untuk

mengantar teman atau saudaranya ingin mencetak foto setelah melihat display yang ada. Selain iklan dan display, kualitas pelayanan juga merupakan hal yang patut diperhatikan dalam menghadapi persaingan.

Salah satu percetakan yang ada di Ponorogo adalah Bembie Digital Printing. Berdiri sejak tahun 2004 yang beralamatkan di jalan Sultan Agung no 102a Ponorogo. Percetakan ini mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Strategi pemasaran yang sudah diterapkan berupa iklan, display dan juga berusaha memberikan pelayanan yang baik demi mendapatkan konsumen, namun begitu pemilik mengatakan munculnya pesaing baru berdampak pada berkurangnya minat konsumen untuk datang.

Dengan adanya masalah tersebut peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara iklan, display serta kualitas pelayanan yang diberikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini akan dikaji lebih lanjut dalam sebuah penelitian dengan judul *“Analisis Pengaruh Iklan, Display dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen di Percetakan Bembie Digital Printing Ponorogo”*.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah iklan, display dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat konsumen di Bembie Digital Printing Ponorogo ?
2. Manakah yang lebih berpengaruh diantara iklan, display dan kualitas pelayanan terhadap Minat Konsumen ?

## 1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Untuk mengetahui pengaruh iklan, display dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di percetakan Bembie Digital Printing Ponorogo.
- 2 Untuk mengetahui faktor yang lebih dominan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen di Bembie Digital Printing Ponorogo.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin didapatkan dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pada ilmu pengetahuan dan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian terkait iklan, display, kualitas pelayanan serta minat konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi instansi

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh instansi khususnya Bembie untuk meningkatkan minat beli konsumennya sehingga usahanya dapat bertahan dan berkembang.

- b. Bagi Umum

Sebagai bahan referensi bagi seseorang ataupun perusahaan lain yang ingin lebih dalam mempelajari tentang display, iklan, kualitas pelayanan dan minat konsumen.

#### **1.4 BATASAN MASALAH**

Untuk mencegah terjadinya perluasan materi terhadap penelitian yang sedang dilakukan, maka peneliti menentukan batasan terhadap masalah yang ingin dikaji, penelitian dilakukan kepada seseorang yang datang dan melakukan transaksi pembelian di Bembie. Penelitian dilakukan selama satu bulan, yaitu pada tanggal 8 Mei sampai dengan 8 Juni 2017. Penelitian terbatas pada iklan berupa benner dan media elektronik (Radio), display berupa pajangan pigura dan foto serta kualitas pelayanan serta minat konsumen yang ada di Bembie.

