

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi COVID 19 yang sudah satu tahun ini melanda seluruh belahan dunia menjadi momok mengerikan bagi semua orang, virus yang awalnya berasal dari Wuhan China sudah menyebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Hingga saat ini jumlah pasien yang terinfeksi masih saja naik, diketahui pada bulan Februari 2021 angka kasus sudah mencapai 1,21 jt orang, diantaranya 1,02 jt orang dinyatakan sembuh dan 32.936 orang meninggal dunia. Tidak dapat dipungkiri hal ini juga mempengaruhi perekonomian Indonesia, kondisi ekonomi yang sedang tidak bagus bahkan bisa dibilang buruk mulai dirasakan oleh masyarakat dari semua lapisan. Saat ini pemerintah terus berupaya dalam menstabilkan dan memulihkan ekonomi Indonesia, hal ini memerlukan strategi yang tepat dan juga cepat.

Tidak hanya perusahaan BUMN pemerintah juga menghimbau kepada perusahaan-perusahaan swasta agar membuat rencana kesiapan dalam menghadapi pandemi saat ini. Himbauan tersebut tertuang pada Surat Edaran (SE) diterbitkan oleh menteri ketenagakerjaan nomor M/3/HK.04/III/2020 Tentang Perlindungan Pekerja dan Buruh Dan Kelangsungan Usaha Dalam Rangka Pencegahan Dan Penanggulangan Covid-19. Dalam SE tersebut juga mengingatkan agar pengusaha swasta tetap memperhatikan upah buruh ditengah pandemi saat ini.

Hampir semua sektor industri terkena dampak dari pandemi saat ini, hanya beberapa yang mampu bertahan namun juga ada yang terus berkembang. Sektor industri yang mampu bertahan diantaranya, industri gas, listrik, air bersih, pertanian, peternakan, perkebunan, otomotif dan perbankan. Sedangkan sektor industri yang

pengalami peningkatan seperti industri alat kesehatan, farmasi, obat-obatan dan produk kesehatan dimana kebutuhan-kebutuhan tersebut mendapat permintaan tinggi. Dilansir dari allianz.co.id menyebutkan bahwa kementerian perindustrian menetapkan industri alat kesehatan dan farmasi dalam prioritas pengembangan Making Indonesia 4.0. Program tersebut dimaksudkan agar industri alat kesehatan dan farmasi dapat memenuhi kebutuhan domestik bahkan ekspor, dan dapat menyediakan lapangan pekerjaan yang luas.

Terkait dengan produk kesehatan, PT Milagros Indonesia Megah merupakan perusahaan air minum kesehatan alami dalam kemasan yang mengandung alkali dengan pH 9,8, kandungan antioksidan, serta energi saklar yang kuat. Air minum Milagros bukan hanya sekedar air minum pereda dahaga namun juga dapat untuk mengatasi berbagai penyakit dan meningkatkan kekebalan tubuh apabila dikonsumsi secara teratur. Mengonsumsi air merupakan keharusan, karena air merupakan komponen utama bagi tubuh, yakni sekitar 60-70 persen. Menurut data Aspadin (Asosiasi Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan) tercatat 700 perusahaan AMDK yang berada di Indonesia dan lebih dari 2.000 merek dagang, hal ini dikarenakan banyaknya perusahaan yang mempunyai lebih dari satu merek. Demi mengawal kelancaran acara yg diusungnya, perusahaan ini berkomitmen menghadirkan produk yg berkualitas serta jelas fungsi serta fungsinya. Selain itu pada acara yg ditawarkan, asas "Win Win Solution" artinya landasan dasar yg dipilih demi membangun kesejahteraan perusahaan serta para mitranya. Tidak dapat dipungkiri salah satu upaya perusahaan untuk menarik konsumen agar membeli atau menggunakan produknya ialah dengan promosi yang menarik. Promosi merupakan faktor penting dalam meningkatkan penjualan suatu perusahaan, dengan adanya promosi maka perusahaan dalam mengomunikasikan informasi-informasi berupa kelebihan dan keunggulan produk

yang dapat membuat konsumen tertarik dan memutuskan pembelian. Tujuan utamanya ialah membuat konsumen melakukan pembelian ulang sehingga akan meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Faktor lain yang sangat penting diperhatikan oleh seorang pemasar ialah kualitas produk. Salah satu keunggulan persaingan yaitu terletak pada kualitas produk yang baik dan memenuhi keinginan konsumen. Bilamana dirasa kualitas tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk tersebut akan ditolak. Kondisi pelanggan yang semakin kritis mendorong perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu agar terhindar dari kritis ataupun ketidakpuasan pelanggan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Kualitas produk merupakan senjata yang paling ampuh untuk memenangkan persaingan, yang artinya apabila kualitas suatu produk bisa dikatakan paling baik maka perusahaan tersebut akan tumbuh dengan pesat dan dalam jangka yang panjang akan berhasil dibandingkan pesaingnya.

Harga menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa. Apabila terlalu mahal harga yang ditawarkan maka semakin sedikit konsumen yang akan membelinya. Namun apabila terlalu murah harga yang ditawarkan perusahaan akan mengalami kerugian. Maka dari itu penetapan harga harus dilakukan dengan tepat agar konsumen tertarik dengan produk atau jasa tersebut dan juga perusahaan mendapatkan laba yang diharapkan.

Seiring berjalannya waktu produk Milagros mulai tersebar luas terutama di daerah Kecamatan Pulung Ponorogo, dengan menggunakan pemasaran berbasis MLM yang saat ini berkembang produk Milagros sangat mudah ditemui. Hal ini diketahui dengan meningkatnya jumlah konsumen setiap tahunnya. Sebagai salah satu gambaran, salah satu mitra Milagros yang tepatnya berada di desa dresi ini awalnya hanya mencoba membuka usaha Milagros ini pada tahun 2017 yang awalnya hanya

mendapatkan kurang lebih 5 konsumen perbulannya, namun dengan berjalannya waktu konsumen pun meningkat dengan pembelian satu botol ataupun satu dus sekalian. Selain itu banyak ibu-ibu rumah tangga maupun mahasiswa-mahasiswa yang ikut bergabung dalam mitra Milagros tersebut. Hal ini membuktikan bahwa konsumen yang membutuhkan produk Milagros terkhusus di kecamatan Pulung terbilang banyak.

Namun tak bisa dipungkiri seiring berjalannya waktu persaingan pun semakin ketat, banyaknya bermunculan produk-produk baru yang terkesan sama membuat Produk Milagros harus memiliki strategi yang tepat untuk memenangkan pasar. Hal ini juga dirasakan oleh para pelaku usaha Milagros di kecamatan Pulung. Dengan makin berkembangnya teknologi para pesaing berlomba-lomba dalam melakukan promosi dengan sebaik mungkin dengan menggunakan media secanggih mungkin, promosi yang dilakukan pelaku usaha Milagros di kecamatan Pulung terbilang masih sangat minim karena lingkup lingkungan yang kecil dan juga masih kurangnya pemahaman lebih tentang teknologi promosi masa kini. Dalam memutuskan pembelian konsumen akan benar-benar mempertimbangkan manfaat produk dan kualitas produk sehingga mereka akan benar-benar melakukan seleksi tentang produk yang akan dibeli tersebut.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini berdasarkan informasi dari masyarakat produk Milagros masih tergolong produk baru oleh karena itu promosi yang dilakukan masih belum merata sehingga masyarakat belum begitu mengenal dan mengetahui kualitas dari produk Milagros ini. Harga yang ditawarkan produk Milagros juga tergolong mahal dibandingkan produk air minum lainnya. Dilihat dari fenomena masyarakat Pulung sendiri sebagian besar dalam memutuskan pembelian lebih mengutamakan harga dibandingkan kualitas yang didapatkan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dimana persaingan untuk menarik keputusan pembelian konsumen menjadi semakin sulit, maka peneliti tertarik memberi

judul penelitian **“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milagros (Studi Kasus Pada Konsumen Milagros di Kecamatan Pulung)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung ?
4. Apakah promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung ?
5. Manakah dari ketiga variabel diatas yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan agar penelitian ini tidak meluas sehingga dapat memberi arahan yang jelas maka perlu adanya pembatasan masalah. Dalam penelitian ini hanya akan meneliti tentang pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Milagros (studi kasus pada konsumen Milagros di kecamatan Pulung).

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung
- 2) Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung
- 3) Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung
- 4) Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung
- 5) Untuk mengetahui variabel yang paling dominan antara promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung

2. Manfaat Penelitian

Sebagai persyaratan kelulusan mendapat gelas Sarjana (S1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak seperti :

1) Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca dan dapat dijadikan sebagai literatur atau referensi bagi peneliti selanjutnya.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, seperti perusahaan, konsumen dan juga peneliti selanjutnya.

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan kepada perusahaan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli produk Milagros. Khususnya berkaitan dengan promosi, kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian produk Milagros.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi konsumen dalam memilih suatu produk, dan diharapkan konsumen akan lebih paham tentang kualitas suatu produk yang akan dipilih.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dalam penelitian dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya. Khususnya yang berkaitan dengan promosi, kualitas prosuk dan harga terhadap keputusan pembelian.

