

BAB 1

PENDAHULUAN

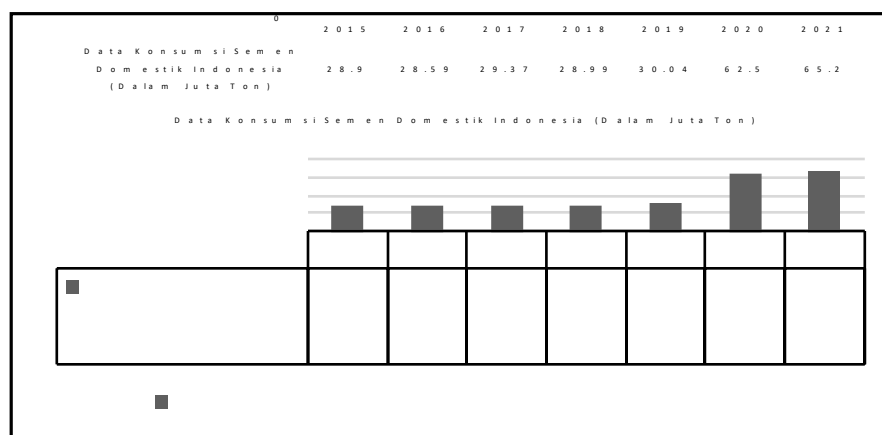
1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia saat ini mengenai pembangunan proyek mengalami banyak perkembangan dan konstruksi pembangunan mulai merata di seluruh NKRI. Ini dibuktikan dengan banyaknya pembangunan seperti perumahan, pertokoan, hotel dan lain sebagainya. Bentuk bangunan dan konstruksi yang beragam menjadi perkembangan proyek yang lebih baik dari sebelumnya, pembangunan ini mampu menciptakan rasa nyaman ketika menggunakannya. Pada proses pembangunan hal yang paling penting ketika membangun sebuah bangunan adalah bahan bangunan yang digunakan. Salah satunya campuran semen sebagai perekat bahan bangunan antara pasir, batu dan lain sebagainya.

Semen didalam istilah dalam bahasa latin *caementum* yang berarti bahan perekat. Pengertian semen sendiri secara umum yaitu suatu bahan yang mampu merekatkan dan mengikat bahan padat menjadi kuat (Bonardo, 2013). Menurut data Asosiasi Semen Indonesia atau ASI (2021), dalam kurun waktu 6 tahun permintaan akan semen mengalami peningkatan yang sangat pesat, berikut grafik permintaan semen dalam kurun waktu 6 tahun :

Gambar 1. 1

Grafik Konsumsi Semen Indonesia



Sumber: Asosiasi Semen Indonesia, 2021

Dari grafik diatas, terjadi pertumbuhan kebutuhan semen domestik di Indonesia dari tahun 2015 sebesar 28.9 juta ton, pada tahun 2016 sebanyak 28.59 juta ton, pada tahun 2017 sebanyak 29.37 juta ton, tahun 2018 turun sedikit namun mencapai angka 28.99 juta ton, tahun 2019 masyarakat mengkonsumsi semen domestik sebanyak 30.04 juta ton, pada tahun 2020 mengalami kenaikan lagi sehingga masyarakat pada tahun tersebut mengkonsumsi sebanyak 62.5 juta ton. Sedangkan pada tahun terakhir yaitu tahun 2021 tercatat masyarakat Indonesia mengkonsumsi semen domestic sebanyak 65,2 juta ton.

Di Indonesia semen mengalami peningkatan yang cukup tinggi sehingga muncul banyaknya pesaing diantara perusahaan yang sejenis. Salah satu perusahaan yang mengalami permintaan produk semen yang cukup tinggi yaitu semen gresik dan memiliki pangsa pasar lebih dari 70% (Rosyidi, 2015). Sehubungan dengan banyaknya persaingan, maka PT. Semen Gresik dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat guna mempertahankan posisinya. Kegiatan pemasarann menjadi factor terpenting ketika memasarkan produk semen. Setiap cabang PT. Semen Indonesia Tbk diharuskan mendukung kegiatan pemasaran agar dapat bersaing di pasar.

Cara yang bisa dilakukan untuk menjadi pemenang dalam suatu persaingan yaitu dengan membuat konsumen menentukan putusan dalam membeli produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen terhadap suatu produk yang dijelaskan oleh pemasar dan terdapat minat untuk membeli produk tersebut. Keputusan pembelian adalah perilaku konsumen dalam menginginkan suatu barang berdasarkan pemilihan dan penggunaan suatu produk (Kotler, 2016). Konsumen yang mempunyai ketertarikan pada suatu produk akan melakukan keputusan pembelian. Suatu perusahaan dapat menangkap perilaku konsumen mengenai adanya keputusan pembelian yang merupakan kemampuan yang dimilikinya. Perilaku konsumen biasanya mempengaruhi banyak orang yang berawal dari stimulus di luar dirinya. Berikut ini adalah faktor yang dapat dilakukan dalam pembelian produk adalah meliputi produk, harga, tempat distribusi, dan yang terakhir promosi (Tjiptono, 2012). Akan tetapi, dalam penelitian ini faktor pemasaran terdiri dari kualitas produk, harga, promosi, kualitas pelayanan yang diberikan dalam memasarkan produk terutama produk semen gresik.

Salah satu toko bangunan yang memiliki penjualan terbesar mengenai semen gresik di daerah Gunung Pati, Semarang adalah Toko Bangunan Trijaya. Di Toko Trijaya sendiri menjual berbagai produk lain selain semen gresik yang merupakan kompetitor yaitu antara lain Semen Grobogan, Semen Padang, dan Semen Tiga roda. Perbedaan yang paling mencolok dari beberapa semen yang dijual oleh Toko Bangunan Trijaya adalah harga dan promosi.

Harga yaitu biaya yang ditanggungkan kepada pembeli atau konsumen terhadap barang atau jasa untuk mendapatkan manfaat dan kegunaan dari barang atau jasa tersebut (Alma, 2013). Harga yang ditetapkan PT. Semen Gresik maupun pihak kedua seperti Toko Trijaya nantinya akan menjadi pertimbangan konsumen di dalam keputusan pembelian semen. Oleh karenanya,

kesesuaian harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan bisa meningkatkan banyak konsumen yang berminat membeli di Toko Trijaya apabila sesuai dengan harapan konsumen.

Tabel 1. 1

Daftar Harga Semen di TB. Trijaya

Nama Produk	Harga	Penjualan perbulan
Semen Gresik	Rp. 57.500	6.000 zak
Semen Tiga Roda	Rp. 56.500	3.000 zak
Semen Grobogan	Rp. 49.000	4.200 zak
Semen Padang	Rp. 48.500	3.500 zak

Sumber : TB. Trijaya tahun 2022 (telah diolah untuk penelitian)

Berdasarkan table 1.1 diatas, semen gresik berada pada urutan pertama untuk harga paling tinggi yang dijual di Toko Trija ini sebesar Rp 57.500. Namun pada table tersebut juga terdapat data penjualan, dimana penjualan semen gresik juga mendapatkan urutan pertama yaitu sebanyak 6.000 zak selama satu bulan.

Promosi dan kualitas pelayanan adalah salah satu pertimbangan konsumen dalam pembuatan keputusan pembelian terutama produk semen merek semen gresik di toko bangunan Trijaya. Promosi bisa menjadi pengaruh konsumen dalam membuat keputusan pembelian konsumen handphone merek Vivo di wilayah Tangerang (Hastono & Triyadi, 2020). Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan PT. Semen Indonesia Tbk. dan toko Trijaya yaitu dengan memberikan promosi dalam memperkenalkan produk semen gresik di pasaran. Bentuk dari promosi ini beragam, baik dalam bentuk fisik seperti cetak maupun secara non fisik seperti mempromosikan lewat media sosial. Dalam pemilihan promosi yang tepat sasaran akan memberikan dampak baik bagi PT. Semen Indonesia Tbk, dan toko Trijaya sehingga produk semen gresik semakin dikenal

masyarakat. Setelah produk semen gresik dikenal masyarakat, maka akan menggerakkan masyarakat untuk membeli dan mengonsumsi produk semen gresik

Tabel 1. 2

Tabel Promo Semen Gresik di TB. Trijaya

Promo Pembelian Semen Gresik	Harga
Eceran	Rp. 57.500
25 zak	Rp. 56.500
50 zak	Rp. 56.000

Sumber: TB. Trijaya tahun 2022 (telah diolah untuk penelitian)

Jumlah keputusan pembelian produk semen gresik yang meningkat merupakan kesuksesan PT. Semen Indonesia, hal ini tidak bisa terjadi jika kualitas produk yang dimiliki tidak baik. Kualitas produk yaitu suatu produk yang mempunyai ketahanan, keandalan, ketelitian dalam melakukan kapasitasnya secara keseluruhan di dalam produk tersebut. Perusahaan wajib meningkatkan kualitas produk atau jasanya, ini akan membuat pelanggan merasa puas atas produk dan jasa serta bisa menjadi pelanggan loyal atas produk tersebut.

Setelah membahas promosi yang ada di Toko Bangunan Trijaya dan yang lainnya. Adapun kualitas pelayanan yang dilakukan di Toko Bangunan tersebut. Kualitas Pelayanan menjadi peranan yang penting juga jika adanya transaksi jual beli secara langsung atau tidak langsung (online).

Mengacu pada fenomena yang terjadi pada penjualan semen gresik di Toko Bangunan Trijaya, dengan ini penulis akan melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik (Studi pada Toko Bangunan Trija Gunung Pati Semarang)”

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada penelitian diatas, maka rumusan permasalahan dipenelitian ini, antara lain :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Semen Gresik di Toko Bangunan Trijaya?
- b. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Semen Gresik di Toko Bangunan Trijaya?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Semen Gresik di Toko Bangunan Trijaya?
- d. Apakah promosi berpengaruh secara parsial keputusan pembelian Semen Gresik di Toko Bangunan Trijaya?
- e. Apakah Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, antara lain dibagi menjadi dua bagian yaitu tujuan penelitian umum dan khusus :

1) Tujuan Umum

Untuk mendeskripsikan dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik (Studi Toko Bangunan Trijaya, Gunung Pati Semarang)

2) Tujuan Khusus

- a. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik di Toko Bangunan Trijaya

- b. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik di Toko Bangunan Trijaya
- c. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik di Toko Bangunan Trijaya
- d. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh Promosi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik di Toko Bangunan Trijaya
- e. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

1.4. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut:

- 1) Kontribusi dalam ilmu pengetahuan

Untuk meningkatkan ilmu pengetahuan secara teoritis dan memperlebar pandangan secara langsung dan dapat menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan.

- 2) Kontribusi perusahaan dalam kebijakan operasional

Membantu memberikan informasi kepada perusahaan ketika menyusun strategi pemasaran yang lebih baik kedepannya.

- 3) Kontribusi perusahaan dalam kebijakan jangka panjang

Membantu meningkatkan nilai-nilai perusahaan dan sebagai evaluasi untuk kinerja manajemen di masa depan.

1.5. Sistem atika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan, secara umum penelitian ini akan dibuat dalam 5 bab, antara lain :

Bab I : Pendahuluan

- a. Berisi mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, serta Sistem atika Penelitian
- b. Latar Belakang Masalah dalam laporan ini adalah mengenai proses penjualan semen gresik di Toko Bangunan Trijaya daerah Gunung Pati Semarang. Penjualan semen gresik yang masih menjadi peringkat pertama meskipun dengan harga yang tinggi, promosi penjualan dan kualitas pelayanan di Toko Bangunan ini
- c. Rumusan masalah dalam laporan ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian semen gresik di Toko Bangunan Trijaya, Gunung Pati Semarang.
- d. Tujuan disini ada 2 yaitu Tujuan Khusus dan Tujuan Umum
- e. Sistem atika yang terdiri dari bab 1 sampai bab 6 dengan penjelasan yang singkat

Bab II : Landasan Teori

Bab ini menguat mengenai teori yang relevan terhadap penelitian, Penelitian terdahulu, faktor yang dapat berpengaruh pada keputusan pembelian, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian

Bab III : Metode Penelitian

Memuat secara rinci variable penelitian dan definisi operasional; penentuan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta metode analisis data

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan

B a b V : P e n u t u p

B e r i s i t e n t a n g k e s i m p u l a n d a n s a r a n

D A F T A R P U S T A K A

L A M P I R A N

