

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri dan UMKM maleo cabang Lampung selalu mengalami peningkatan baik dari pengembangan ide UMKM maleo cabang lampung yang telah ada ataupun menciptakan ide baru, dalam dunia industri atau UMKM maleo cabang lampung bukan hanya membutuhkan modal semata namun strategi dalam pemasaran juga harus di perhatikan. Bergelut dalam bidang usaha bukan berarti tidak ada kendala, dalam berwirausaha pasti ada yang namanya kendala baik dari internal perusahaan ataupun dari eksternal perusahaan. Pada penelitian kali ini peneliti membahas tentang kendala dari internal maupun eksternal yang terkait dengan pemasaran sebuah produk. Dalam meningkatkan penjualan sebuah produk harus ada yang namanya pemasaran untuk mengenalkan produk dari perusahaan tersebut kepada konsumen, agar konsumen mengerti dan mengenal produk dari perusahaan tersebut sehingga konsumen dapat memutuskan untuk menggunakan produk dari perusahaan tersebut. pada penelitian ini bertempat di UMKM Maleo Cabang Lampung yang bergerak dibidang penyedia kebutuhan para pecinta unggas yaitu burung. UMKM Maleo Cabang Lampung menyediakan semua kebutuhan dari segi makanan, asesoris sangkar, pemikat burung, dan segala jenis kebutuhan para pecinta burung. Dalam penelitian kali ini peneliti membahas tentang bagaimana hubungan sales dan konsistensi konsumen terhadap keputusan pembelian produk pada UMKM Maleo cabang lampung. Melihat persaingan bisnis pada usaha pakan burung terutama di daerah lampung semakin ketat, mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar yang dimilikinya. Perusahaan harus mengembangkan strategi dalam merebut hati konsumen dari perusahaan pesaing. Perusahaan dapat melakukan strategi diferensiasi produk dengan hubungan sales untuk membedakan produknya dengan produk lain. Selain itu perusahaan dapat mengembangkan strategi harga yang menarik dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Elemen bauran pemasaran yang utama adalah produk. Produk merupakan pemahaman subjektif atas suatu yang biasa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetisi dan kapasitas organisasi serta

daya beli mengenai produk, maka aspek yang perlu diperhatikan adalah hubungan sales terhadap konsumen. Di dalam menentukan suatu pilihan dalam menentukan suatu pembelian dari beberapa faktor-faktor keputusan pembelian masyarakat yang mempengaruhi diantaranya: konsumen individu, pengaruh lingkungan, dan marketing strategi. Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan membeli sejumlah barang dan jasa, yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang produk, dan segera disaat kebutuhan dan keinginan muncul dan kegiatan ini menjadi informasi untuk pembelian selanjutnya. Jika konsumen puas akan barang yang dibeli tersebut maka, akan terjadi pembelian selanjutnya terhadap produk tersebut. Segala sesuatu pelayanan sales akan mempengaruhi konsistensi konsumen dalam menentukan pilihan barulah terbentuk keputusan pembelian

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan hubungan yang harus diciptakan perusahaan karena hubungan adalah salah satu sumber penentu konsistensi konsumen yang loyalitas terhadap produk. perusahaan yang dapat memenangkan persaingan di dalam maupun diluar negeri. Salah satu tugas utama perusahaan atau produsen adalah meningkatnya penjualan barang dan jasa yang dihasilkan. Peningkatan penjualan tersebut harus dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan UMKM maleo cabang lampung. Strategi memperoleh laba masih dapat dilakukan dengan memasarkan produk secara konsisten melalui hubungan sales Untuk memenangkan persaingan perusahaan atau umkm harus melakukan hubungan antara sales dan konsumen agar konsumen yang membeli produk dapat konsisten. Hubungan adalah kesinambungan interaksi antara dua orang atau lebih yang memudahkan proses kehidupan manusia. dalam dunia marketing hubungan sangat penting hubungan dapat meningkatkan kedekatan antar pihak penjual dan pembeli. Dalam suatu perusahaan yang terorganisir terdapat divisi pemasaran yaitu sales. Sales adalah bagian dari penjualan produk, barang dan layanan penjual ke pembeli. Dalam bisnis sales mengacu pada setiap transaksi dimana uang atau nilai tukar dengan kepemilikan barang.

Membangun hubungan sales adalah suatu pekerjaan atau usaha yang sangat sulit dan hanya dapat dilakukan oleh orang yang memiliki jiwa sosial tinggi, hubungan sales harus diartikan sebagai pemecahan masalah untuk penjualan produk secara konsisten atau segala usaha yang dilakukan sebuah

sales untuk membuat sebuah konsumen menjadi koperatif sehingga menghasilkan penjualan produk yang lebih baik dari pesaing.

UMKM Maleo cabang lampung telah melakukan evaluasi pemasaran setiap tahun, UMKM Maleo cabang lampung mengevaluasi perkembangan pemasaran produk data penjualan produk. Dari data penjualan UMKM Maleo cabang lampung dapat mengetahui penyebab naik dan turunnya penjualan setiap bulannya, setelah melakukan evaluasi dari data penjualan UMKM Maleo cabang lampung membuat strategi untuk mempertahankan penjualan ketika hasil evaluasi mengalami kenaikan penjualan dan melakukan perubahan strategi untuk meningkatkan penjualan ketika penjualan menurun, namun hal tersebut tidak semata-mata berhasil untuk selalu menaikkan penjualan. Selalu ada kendala dalam proses pemasaran baik dari internal perusahaan atau eksternal perusahaan yaitu para pesaing.

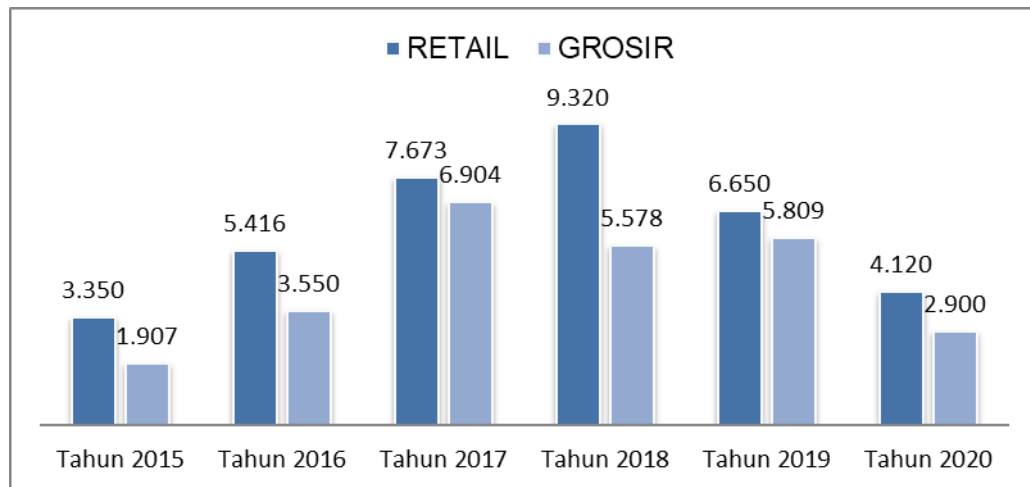
Berikut adalah data penjualan yang telah dilakukan oleh UMKM Maleo selama 6 tahun terakhir:

Table 1 Data penjualan pada tahun 2015-2020.

No	TAHUN	Jumlah Penjualan	
		Retail	Grosir
1	2015	3.350	1.907
2	2016	5.416	3.550
3	2017	7.673	6.904
4	2018	9.320	5.578
5	2019	6.650	5.809
6	2020	4.120	2.900

Sumber: umkm maleo cabang lampung th.2022

Dari data penjualan yang telah dilakukan oleh UMKM Maleo cabang lampung di simpulkan bahwa peningkatan penjualan belum mengalami kenaikan yang signifikan sesuai dengan keinginan UMKM Maleo cabang lampung yang menargetkan dalam penjualan 10.000 unit per tahun .untuk menggambarkan naik turun nya penjualan UMKM maleo cabang lampung berikut data penjualan dengan diagram batang UMKM maleo selama 6 tahun terakhir :



Gambar 1 Data Diagram Batang Tahun 2015-2020

Dari diagram penjualan produk UMKM maleo cabang lampung mengalami naik dan turun setiap tahun nya, dengan demikian UMKM Maleo harus mengetahui penyebab naik turun nya penjualan. Berdasarkan data tersebut sekilas menggambarkan bahwa konsumen UMKM maleo cabang lampung lebih memilih dan percaya terhadap produk lain. Menurut Reichheld dan Scheffer (2000) untuk mendapatkan loyalitas konsumen, bisnis harus mampu terlebih dahulu mendapatkan kepercayaan mereka Loyalitas adalah kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang serta jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada rekan-rekannya. Dengan memiliki komitmen untuk melakukan pembelian ulang maka seharusnya konsumen senantiasa menggunakan jasa perusahaan untuk digunakan dimasa mendatang,

Salah satu indikator loyalitas konsumen menurut (Tjiptono 2012:45) adalah merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain, dimana salah satu caranya yaitu menyampaikan hal positif kepada orang lain. Dalam forum.detik.com dapat terlihat bahwa masih banyak konsumen yang memberikan penilaian negatif terkait kualitas hubungan seles terhadap konsistensi konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas mengenai hubungan sales dan konsistensi konsumen terhadap pembelian prroduk sebagai objek penelitian serta konsistensi konsumen terhadap produk umkm maleo. Oleh karena itu dalam penelitian ini mengambil judul **“ANALISIS HUBUNGAN SALES DAN KONSISTENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA UMKM MALEO LAMPUNG”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan pada latar belakang diatas maka masalah yang tampak adalah masih sedikit, kurang spesifik dan kurangnya bukti empiris penelitian yang meneliti tentang :

1. Apakah terdapat pengaruh hubungan sales pada keputusan pembelian produk pada UMKM maleo lampung ?
2. Apakah terdapat pengaruh konsistensi konsumen pada keputusan pembelian produk pada UMKM maleo lampung ?
3. Apakah terdapat pengaruh hubungan sales dan konsistensi konsumen signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada UMKM maleo lampung ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh hubungan sales terhadap keputusan pembelian produk pada UMKM Maleo Lampung.
2. Apakah terdapat pengaruh konsistensi konsumen terhadap keputusan pembelian produk pada UMKM Maleo Lampung.
3. Apakah terdapat pengaruh hubungan sales retail dan konsistensi konsumen terhadap keputusan pembelian pada UMKM Maleo Lampung.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dibuat oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk kepentingan pengembangan perusahaan atau UMKM khususnya dalam bidang pemasaran produk pada UMKM Maleo.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang teori-teori yang telah diperoleh sehingga penulis dapat menambah pengetahuan mengenai pemecahan masalah dalam pemasaran sebuah produk.

3. Bagi Universitas Muhammadiyah Metro

Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu manajemen pemasaran dan sebagai bahan pembelajaran bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro.

E. Asumsi penelitian

Asumsi merupakan anggapan dasar dalam suatu penelitian yang diyakini kebenarannya oleh peneliti. Asumsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “jika hubungan sales yang tepat dan konsistensi konsumen terbangun, maka penjualan produk pada UMKM Maleo cabang lampung dapat meningkat dan mampu mengembangkan UMKM Maleo cabang lampung dengan baik”.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitati dan tujuan penelitian ini untuk membuat deskripsi gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara berbagai fenomena yang diselidiki. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memberikan bukti empiris tentang “analisis hubungan sales retail dan konsistensi konsumen terhadap pembelian produk Pada UMKM Maleo Cabang Lampung” yang berlokasi di 24 metrplampung. Penelitian ini dilakukan pada semester genap tahun ajaran 2021. Materi pokok dalam penelitian ini yaitu manajemen pemasaran.