

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di sebuah perusahaan, harga dan promosi sangatlah penting bagi Perusahaan untuk bisa membangun pasar yang baik dengan pelanggan untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan. Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Oleh karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka Harga merupakan salah satu factor penting yang dievaluasi oleh pembeli atau konsumen, dan Perusahaan benar-benar harus menyadari peran harga dalam membentuk opini dan sikap pembeli atau konsumen.

Seperti telah diutarakan di atas, dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkannya. Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini, yang terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas. Di dalam keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini, yang terutama sangat terasa dalam pasar pembeli (*buyers market*), peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, yang tercermin dalam share pasar perusahaan, di samping itu untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan.

Dengan perkataan lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen. Penetapan harga perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara

langsung, adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung, namun erat hubungannya dalam penetapan harga, adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan (*discount*) untuk para penyalur dan konsumen. Oleh karena pengaruh tersebut, seorang produsen harus memperhatikan dan memperhitungkan faktor-faktor tersebut di dalam penentuan kebijakan harga yang akan ditempuh, sehingga nantinya dapat memenuhi harapan produsen itu untuk dapat bersaing dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.

Setiap perusahaan dalam menetapkan harga jual harus dapat memikirkan dengan cermat prosedur penetapan harga yang pada umumnya berorientasi pada tiga kelompok yaitu orientasi biaya, orientasi permintaan, dan orientasi persaingan. Salah satu penetapan harga yang paling banyak digunakan yakni penetapan harga dengan orientasi biaya. Dalam hal ini harga jual yang ditetapkan dapat memberikan tingkat keuntungan tertentu yang dianggap wajar. Keuntungan yang wajar ini diperoleh untuk suatu tingkat investasi tertentu dan risiko yang mungkin terjadi. Penetapan harga ini akan memberikan target keuntungan pada suatu tingkat total biaya dengan suatu volume produksi standar yang diperkirakan.

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan suatu produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada konsumen. Bauran promosi adalah “paduan spesifik periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan” Kegiatan promosi ini merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dilakukan.

Ada beberapa permasalahan yang ada pada laundry kucek-kucek Kabanjahe. Permasalahan tersebut dapat merubah laba yang dihasilkan. Permasalahan initerjadi karena harga dan promosi yang ada pada toko membuat pelanggan tidak ingin membeli jasa tersebut. Harga yang diberikan untuk pelanggan terlalu tinggi. Harga tersebut berkisar Rp. 40.000/pasang sepatu. Jangka waktu untuk membersihkan sepatu terlalu lama, yaitu 3-4 hari. Jadi pelanggan merasa waktu

yang diberikan terlalu lama. Promosi pengenalan famplet juga kurang diberikan. Sehingga pelanggan kesulitan dalam mencari lokasi kucek-kecek laundry tersebut. Pemberian pamplet tersebut diharapkan untuk membuat pelanggan lebih mengenal lokasi tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa masalah yang akan diteliti adalah **“Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Laundry Kucek-Kucek Di Kabanjahe”**. Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Pemberian harga pada jasa laundry yang terlalu mahal membuat pembeli ragu untuk membeli.
2. Jangka waktu penyelesaian laundry yang terlalu lama sekitar 3-4 hari.
3. Promosi pengenalan kucek-kecek laundry pada famplet yang kurang pada depan toko laundry.

1.3 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini masalah dapat dibatasi sesuai dengan yang diinginkan oleh peneliti. Batasan masalah yang saya ambil pada penelitian ini adalah tentang pengaruh harga yang mencakup masalah penetapan harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Jasa Laundry kucek-kecek Kabanjahe.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dibuat agar Peneliti lebih fokus terhadap topik yang diangkat. Rumusan masalah yang pada penelitian ini adalah **“Apakah Harga Dan Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Laundry Kucek-Kucek Kabanjahe?”**

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga yang diberikan oleh Kucek-Kucek Laundry Kabanjahe untuk pelanggan.

- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan.
- c. Untuk mengetahui bagaimana cara Kucek-Kucek Laundry Kabanjahe mendapatkan minat beli untuk pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Banyak manfaat dari adanya penelitian ini, bagi peneliti itu sendiri, bagi perusahaan, dan juga bagi peneliti selanjutnya.

- a. Manfaat untuk peneliti

Untuk meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan dalam bidang yang diteliti. Informasi yang didapat oleh peneliti akan menambah pengetahuan dan ilmu yang akan berdampak baik untuk kedepannya dan bekerja di masa yang akan datang.

- b. Manfaat untuk Kucek-Kucek Laundry Kabanjahe

Agar dapat mengetahui masalah yang ada didalam perusahaan dan pasar. Perusahaan akan memberikan masukan untuk mengatasi masalah dalam bidang ini agar dapat bekerja dengan baik lagi.

- c. Manfaat untuk peneliti selanjutnya

Untuk dapat menjadi referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang nanti. Informasi didalam akan menjadi dorongan dan petunjuk bagi peneliti selanjutnya.