

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha atau bisnis dewasa sekarang ini ditandai dengan ketatnya persaingan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan.

Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan dengan berbagai pilihan berupa barang barang atau jasa yang dapat mereka beli.² Dalam hal ini penjual harus memberikan kualitas dan kepuasan terhadap suatu produk yang dapat diterima oleh konsumen, bila tidak pelanggan akan segera beralih kepada pesaing yang menyuguhkan kelebihan produknya kepada konsumen. Hal ini penampilan dan fungsi suatu produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.³

Kegiatan pemasaran merupakan penunjang keberhasilan perusahaan yang menekankan pada kepuasan konsumen selain itu, juga bertujuan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya sesuai dengan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang serta meningkatkan produktivitas untuk

² Afnina dan Yulia Hastuti. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*. 9.1 (2018), hal. 21-30.

³ Efendi Pakpahan, *Volume Penjualan*, (Jakarta: PT. Bina Intitama Sejahtera, 2009), hal. 65.

menjaga dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan, baik yang bergerak di bidang jasa, industri maupun perdagangan.⁴

Kelangsungan hidup dari perusahaan tersebut. Dalam memenangkan persaingan bisnis, salah satu hal yang dapat dijadikan keunggulan kompetitif dari sebuah perusahaan adalah keputusan pembelian para konsumennya. Tidak mudah untuk memahami proses keputusan pembelian para konsumen.⁵ Dalam memilih sebuah produk, konsumen tentu mempertimbangkan unsur-unsur yang terdapat pada sebuah produk, seperti desain, warna, ukuran, kemasan, dan lainnya, serta atribut yang tidak berwujud yaitu harga, layanan, dan kualitas.⁶

Tuntutan kebutuhan ekonomi, serta pasang surut perekonomian membuat manusia selalu berusaha untuk mencari cara agar tetap sejahtera. Mulai dari pekerjaan kasar seperti buruhatau sejenisnya, sampai pekerjaan kantor yang bisa sampai ratusan juta gajinya dilakoni oleh manusia. Jangankan yang halal, yang harampun rela dilakukan demi kesejahteraan hidup.⁷ Definisi Kesejahteraan dalam konsep dunia modern adalah sebuah kondisi dimana seorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, air minum yang bersih serta

⁴ Angipora Marius P., *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 43.

⁵ Novie Putri Anggraini dan Sri Suryoko. Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 7.3 (2018), hal. 359-369.

⁶ Diah Ernawati, Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung, *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 Nomor 1, 2019, hal. 17-22.

⁷ Fifin Anggraini dan Anindhyta Budiarti. Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek, *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 8.3 (2020), hal. 86-94.

kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang memadai yang dapat menunjang kualitas hidupnya sehingga memiliki status sosial yang mengantarkan pada status sosial yang sama terhadap sesama warga lainnya.⁸

Salah satu usaha untuk mensejahterakan masyarakat adalah dengan adanya industri rumahan. Industri rumahan adalah kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan.⁹ Industri rumahan juga merupakan wadah bagi sebagian besar masyarakat yang mampu tumbuh dan berkembang secara mandiri dengan memberikan andil besar serta menduduki peran strategis dalam pembangunan ekonomi.

Usaha sampingan industri rumah tangga dengan keuntungan besar adalah usaha yang banyak di idam-idamkan oleh wirausaha dengan usaha beskala kecil. Usaha sampingan industri rumah tangga banyak menjadi pilihan wirausaha pemula dikarenakan beberapa faktor seperti modal yang kecil, dan tidak harus membutuhkan pengalaman yang besar dan sebagai peluang. Industri rumah tangga berperan sangat penting dalam perkembangan sektor ekonomi negara kita. Dari pengembangan sektor ekonomi industri rumah tangga juga dapat memajukan bangsa indonesia.¹⁰

⁸ Melya Andeska, Pengaruh Industri rumahan Budidaya Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Ekonomi Islam (Studi Desa Kalirejo Kecamatan Kalirejo Lampung Tengah). (Lampung: Skripsi UNILA, 2017) hal. 10.

⁹ Heri Kurniawansyah, Konsep kebijakan strategis dalam menangani eksternalitas ekonomi dari COVID-19 pada masyarakat rentan di indonesia, *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*. 1.2 (2020), hal. 130-139.

¹⁰ Ahmad Fikri Adriansyah, Budidaya Lele Rumahan sebagai Usaha Sampingan untuk Meningkatkan Kesejahteraan Rumah Tangga di Dusun Aik Rayak Timur I. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*. Vol. 1. No. 1. 2020.

Pengembangan sektor ekonomi inilah merupakan salah satu langkah strategis guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat dalam suatu bangsa. Guna mencapai hal itu, diperlukan dengan adanya peningkatan taraf hidup berarti memenuhi konsumsi secara nyata baik kualitatif maupun kuantitatif. Sasaran ini hanya akan tercapai dengan usaha memperbesar produksi masyarakat secara menyeluruh yaitu dengan menambah produksi nasional dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.¹¹

Dalam rangka pembangunan perekonomian yang berkelanjutan di Indonesia dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta memperhatikan perkembangan global, maka diharapkan semua sektor ekonomi dapat berkontribusi di dalamnya. Salah satu sektor ekonomi yang berkontribusi dalam proses pembangunan ekonomi adalah sektor industri rumahan. Hal tersebut, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, menyebutkan industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.¹²

Tingkat ekonomi mikro juga diketahui bahwa industri bisa diartikan sebagai kumpulan perusahaan yang sejenis yang memproduksi barang-barang homogen serta memiliki substitusi yang erat. Secara ekonomi makro, industri juga berkaitannya dengan pembentukan pendapatan, maka industri berarti

¹¹ Sumitro Djojohadikusumo, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi: dasar teori ekonomi pertumbuhan dan ekonomi pembangunan*. (Jakarta: Pustaka LP3ES, 2005), hal. 96.

¹² Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian.

kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah¹³ Industri rumahan merupakan suatu unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah pendapatan karyawan yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.¹⁴

Volume penjualan merupakan kegiatan untuk pelengkap dari pembelian, agar memungkinkan adanya transaksi barang atau jasa. Dengan begitu kegiatan penjualan seperti kegiatan pembelian, yang terdiri dari kegiatan meliputi terjadinya permintaan, menemukan calon pembeli, penawaran harga, dan syarat-syarat pembayarannya.¹⁵ Volume penjualan bisa diartikan peningkatan ekonomis yang di hasilkan dari kegiatan jasa, dengan kejadian ini makamenghasilkan seberapa besarnya jumlah omzet yang telah diterima dampak dari penawaran dan volume penjualan secara menguntungkan bagi pelaku usaha. Volume penjualan juga bisa diartikan merupakan hasil akhir dari apa yang telah di capai oleh perusahaan yang telah melakukan penjualan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha tersebut.

Salah satunya kegiatan usaha yang dilaksanakan oleh CV Bukit Batu Unggul, merupakan kegiatan produksi batu dan hiasan interior. Lokasi CV Bukit Batu Unggul berada di Kabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur. Beberapa produk unggulan CV Bukit Batu Unggul yaitu hiasan interior seperti

¹³ P. Eko Prasetyo, *Ekonomi Industri*, (Yogyakarta: Beta OFFSET, 2010), hal. 03.

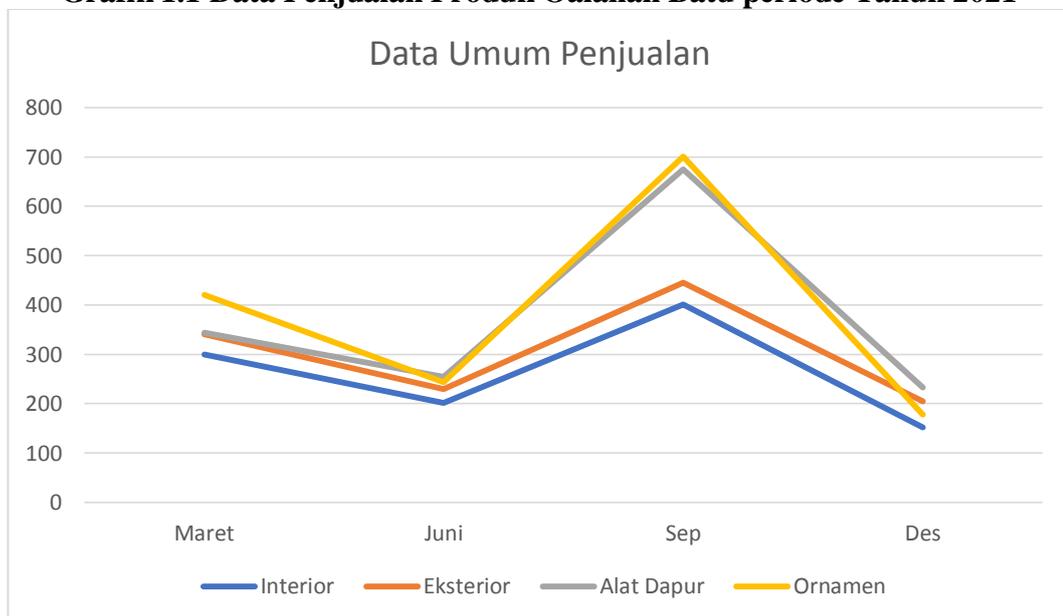
¹⁴ Jasa Ungguh Muliawa, *Manajemen Industri rumahan: Peluang Usaha di Tengah Krisis*, (Yogyakarta: Banyu Media, 2008), hal. 03.

¹⁵ Hendri Handoko, dkk, Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan, *Binus Business Review*. 3.2, (2012), hal. 889.

patung-patung kecil, dan juga alat perabot rumah tangga seperti meja dan kursi dari batu.

Sesuai dengan hasil data yang diperoleh di CV Bukit Batu Unggul, diketahui pemasaran yang dilaksanakan mencapai regional Jawa Timur dan sebagian lainnya menjangkau beberapa Provinsi di Indonesia. Namun untuk pemasaran masih terfokus pada segmen regional Jawa Timur.

Grafik 1.1 Data Penjualan Produk Olahan Batu periode Tahun 2021



Sumber: CV Bukit Batu Unggul 2021.

Data tersebut menjadi jumlah yang terjual selama satu bulan terakhir, terhitung sepanjang 2021. Terdapat 4 pengelompokan besar produk yang diproduksi oleh CV Bukit Unggul yaitu produksi interior, eskterior, alat dapur, dan ornamen pernak-pernik. Penjualan ornamen masih menduduki penjualan yang tertinggi. Sedangkan terendah yaitu pada penjualan produk-produk interior.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Harga Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Volume Penjualan CV Bukit Batu Unggul Kabupaten Tulungagung.”**

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh harga terhadap volume penjualan pada CV Bukit Batu Unggul?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan pada CV Bukit Batu Unggul?
3. Adakah pengaruh promosi terhadap volume penjualan pada CV Bukit Batu Unggul?
4. Adakah pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap volume penjualan pada CV Bukit Batu Unggul?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap volume penjualan pada CV Bukit Batu Unggul.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan pada CV Bukit Batu Unggul.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap volume penjualan pada CV Bukit Batu Unggul.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap volume penjualan pada CV Bukit Batu Unggul.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilaksanakan ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai pengaruh harga, kualitas produk, promosi terhadap volume penjualan pada CV Bukit Batu Unggul.

2. Secara Praktis

a. Bagi CV Bukit Batu Unggul

Bagi CV Bukit Batu Unggul dapat memberikan sumbangsih pemikiran, pertimbangan serta membantu menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan masalah penjualan dalam upaya meningkatkan volume penjualan yang akan datang.

b. Bagi Akademik

Bagi akademik diharapkan penelitian ini memberikan sumbangsih perbendaharaan kepustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahamtullah Tulungagung.

c. Bagi Penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta

dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti dengan tema yang sama tetapi dengan variabel yang berbeda.

E. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

a. Harga

Harga adalah satu-satunya dari unsur bauran pemasaran (marketing mix) yang menghasilkan pendapatan sementara unsur-unsur lainnya menimbulkan biaya.¹⁶

b. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong kualitas produk (product quality) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.¹⁷

c. Promosi

Promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran.¹⁸

d. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan kegiatan untuk pelengkap dari pembelian, agar memungkinkan adanya transaksi barang atau jasa.

¹⁶ Didin Fatihudin dan M Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Deepublish, 2012), hal 184

¹⁷ Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2 Edisi 12. Jakarta. Penerbit Erlangga, 2008, hal.272

¹⁸ Anang Firmansyah, *Pemasaran: Dasar dan Konsep*, (Surabaya: Qiara Media, 2019), hal. 115

Dengan begitu kegiatan penjualan seperti kegiatan pembelian, yang terdiri dari kegiatan meliputi terjadinya permintaan, menemukan calon pembeli, penawaran harga, dan syarat-syarat pembayarannya.¹⁹

2. Secara Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang berkaitan langsung dengan objek penelitian. Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan penjelasan mengenai judul penelitian yaitu pengaruh Harga, kualitas produk, promosi, terhadap volume penjualan CV Bukit Batu Unggul. Dalam penelitian ini adalah bagaimana perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan melalui Harga, Kualitas Produk dan Promosi dapat mempengaruhi konsumen atau pembeli untuk membeli produknya. Maka hal yang diperlukan yaitu dengan melakukan meningkatkan kualitas produk, Menstabilkan Harga dan juga melakukan Promosi. Salah satu tujuan dilakukan hal tersebut adalah untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, promosi ikut mempengaruhi secara keseluruhan atau tidak terhadap volume penjualan CV Bukit Batu Unggul.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman peneliti menyajikan sistematika penulisan skripsi dibuat secara rinci dengan 6 bab yang didalamnya terdapat sub bab masing-masing yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

¹⁹ Hendri Handoko, dkk, Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan, *Binus Business Review*. 3.2, (2012), hal. 889.

Bab ini membahas mengenai Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penegasan Istilah, serta Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas mengenai teori-teori yang memuat variabel Y yaitu Volume Penjualan pada CV Bukit Batu Unggul dan variabel X variabel pertama harga, kualitas produk, promosi. Kemudian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian, Sumber Data, Variabel, Skala Pengukuran, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai deskripsi hasil penelitian, analisis data, dan rekapitulasi penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai pembahasan-pembahasan dari setiap rumusan masalah yaitu 1)Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan pada CV Bukit Batu Unggul. 2)Pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada CV Bukit Batu Unggul. 3)Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan pada CV Bukit Batu Unggul. 4)Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan pada CV Bukit Batu Unggul.

BAB VI PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, dan berisi saran yang diberikan kepada pihak yang berkepentingan tentang terhadap penelitian yang dilakukan.