

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba pemasaran mencakup usaha usaha perusahaan yang di mulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menentukan produk yang hendak di produksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi, dan penyaluran produk-produk tersebut. Terdapat banyak Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kebutuhan konsumen dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mampu menganalisa tentang hal hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen adapun beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen yaitu mencakup produk dan jasa yang berkualitas dan hal tersebut sangat berpengaruh pada kesinambungan kesejahteraan perusahaan, oleh karena itu untuk memenuhi keinginan konsumen sangat penting bagi perusahaan agar mampu bersaing dengan kompetitor sejenis salah satunya persaingan produk pia tape.

Berdasarkan data survei Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan ESDM Kabupaten Jember pada tahun 2014 tentang banyaknya perusahaan produksi tape di Kabupaten Jember dapat diketahui banyaknya perusahaan produksi tape di beberapa kecamatan antara lain Kecamatan Patrang yaitu perusahaan Tape Putih dengan jumlah produksi sebesar 6.720.000 kg/bln, UD. Reza dengan jumlah produksi sebesar 9.925.520 kg/bln, dan perusahaan Super Madu dengan jumlah produksi sebesar 62.800 kg/bln. Pada Kecamatan Kaliwates jumlah produksi di perusahaan Tape Sari Manis sebesar 12.800 kg/bln, pada Kecamatan Sukorambi jumlah produksi di perusahaan Rayhan Madu sebesar 28.000 kg/bln, dan pada Kecamatan Pakusari jumlah produksi di UD. Sumber Madu sebesar 24.000 kg/bln

Dengan banyaknya perusahaan produksi tape di Kabupaten Jember dapat meningkatkan produksi suatu produk yang berbahan baku tape seperti pia tape, sehingga pendistribusian pia tape semakin merata dan semakin melesat. Banyaknya pesaing sejenis seperti UD. di era globalisasi persaingan yang kompetitif mengakibatkan tidak ada suatu bisnis yang bisa bertahan lama tanpa didukung oleh bauran pemasaran yang efektif dan efisien. Banyaknya toko yang menyediakan produk pia tape yang ada di kabupaten jember tentu saja akan turut meramaikan persaingan yang ada, dengan demikian perusahaan di tuntut untuk mampu menyelenggarakan pemasaran yang mampu menarik konsumen dari waktu ke waktu.

UD. Purnama jati merupakan pusat oleh-oleh Jember yang menyediakan beberapa produk khas jember. UD purnama jati berdiri sejak tahun 1998 yang diawali dari home industri, dan berubah menjadi UD sejak tahun 2000. Pada UD. Purnama Jati khususnya pada produk pia tape ini menjadi produk unggulan namun menurut pemilik UD. Purnama Jati penjualan pia tape terbilang fluktuatif, karena pada data penjualan untuk satu tahun terakhir pada tahun 2018 dalam 12 bulan, pada bulan januari terjual 1.882 Pia Tape, pada bulan feburari terjual 1.521 Pia Tape, pada bulan maret terjual sebanyak 2.067 Pia Tape, pada bulan april terjual sebanyak 1.958 Pia Tape, pada bulan mei terjual sebanyak 1.536 Pia Tape, pada bulan juni terjual sebanyak 4.325 Pia Tape, pada bulan juli terjual sebanyak 2.953 Pia Tape, pada bulan agustus terjual sebanyak 2.342 Pia Tape, pada bulan September terjual sebanyak 1.978 Pia Tape, pada bulan oktober terjual sebanyak 1.638 Pia Tape, pada bulan November terjual sebanyak 1.938 Pia Tape, pada bulan desember terjual sebanyak 2.712 Pia Tape. Hal ini disebabkan banyaknya pesaing sejenis dan perubahan selera konsumen setiap waktunya. Maka perlu dilakukan studi penelitian tentang 4P yang meliputi price, produk, place, promotion pada produk pia tape di UD Purnama Jati Kabupaten Jember. Sehingga dapat memberi masukan terhadap perusahaan tersebut terkait untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembelian konsumen dan menciptakan strategi yang tepat untuk berkembang dan siap bersaing dengan kompetitor yang sejenis.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat rumusan masalah yang perlu dibahas lebih lanjut, yaitu terkait di bagian pemasarannya

1. Apakah bauran pemasaran secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk pia tape di UD Purnama Jati?
2. Apakah bauran pemasaran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk pia tape di UD Purnama Jati?
3. Variabel bauran pemasaran manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk pia tape di UD Purnama Jati?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan yaitu.

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh secara serempak pada bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk pia tape di UD Purnama Jati.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh secara parsial pada bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk pia tape di UD Purnama Jati.
3. Untuk menganalisis dan menguji variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk pia tape di UD Purnama Jati.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijabarkan, maka hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak yang terkait, serta sebagai informasi perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) khususnya yang berada di Kabupaten Jember dan membantu memberikan alternatif solusi terkait permasalahan yang menjadi tanggung jawab instansi terkait.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.