

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan dunia usaha disebabkan oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin modern. Dampak dari pertumbuhan ini adalah timbulnya persaingan antar usaha yang semakin ketat, sehingga menimbulkan tuntutan pada setiap perusahaan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam menciptakan produk unggulannya. Kreativitas dan inovasi merupakan salah satu kebutuhan perusahaan untuk tetap bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Perusahaan juga dituntut untuk memahami kebutuhan konsumen yang nantinya akan direpresentasikan melalui produk yang nantinya akan diproduksi. Para konsumen padasaat ini, sudah mulai berpikir kritis dan teliti dalam memilih sebuah produk yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaat dari produk tersebut untuk mereka. Menurut Augusty (2002), minat beli merupakan tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan untuk membeli dilakukan.

Bisnis kuliner yang sedang padat dijalankan adalah bisnis pusat oleh-oleh. Setiap daerah tentu memiliki makanan khas yang bisa dijadikan sebagai buah tangan untuk dibawa konsumen pulang ke daerahnya masing-masing. Kabupaten Jember merupakan kabupaten yang letaknya sangat strategis hingga dijadikan sebagai salah satu Pusat Kegiatan Wilayah (PKW). Secara geografis, Kabupaten Jember berada di lereng Pegunungan Yang dan Gunung Argopuro. Letak geografis yang dimiliki Kabupaten Jember membawa berbagai potensi sumber daya alam yang menyimpan banyak nilai-nilai potensial untuk dikembangkan. Kabupaten Jember merupakan salah satu wilayah penghasil singkong yang cukup potensial dengan total produksi singkong sebesar 415.600 kw di tahun 2013, dengan luas areal panen mencapai 2.427 ha dengan produktivitas 171,24 kw/ha/tahun (BPS, 2013). Jumlah singkong yang berlimpah tentu menjadikan Kabupaten Jember dijuluki sebagai sentra tape, karena sebagian besar singkong diolah menjadi tape.

UD Purnama Jati merupakan salah satu perusahaan agroindustri yang bergerak di bidang produksi makanan olahan tape yang dijadikan sebagai makanan oleh-oleh khas Jember yang didirikan sejak tahun 2000. Olahan tape yang diproduksi oleh UD Purnama Jati bermacam-macam, contohnya saja prol tape, brownies tape, suwar-suwir, prol tape, strudel, pia tape, dan pie tape. UD Purnama Jati beralamatkan di Jl. Bungur No.9, Darwo Timur, Gebang, Kec. Patrang, Kab. Jember, Jawa Timur. UD Purnama Jati juga menjual berbagai macam produk rekanan dengan UMKM yang mengolah edamame menjadi campuran coklat, kripik, brownies chip, dan lain-lain. UD Purnama Jati juga menjual berbagai merek tape madu yang berasal dari rekanan UMKM di Kabupaten Jember, sehingga konsumen dapat memilih tape mana yang sesuai dengan kebutuhan mereka, dilihat dari segi kualitas dan kuantitas.

UD Purnama Jati merupakan satu dari sekian perusahaan sejenis yang mayoritas produknya sama, yaitu olahan tape. Banyaknya perusahaan sejenis, membuat UD Purnama Jati harus memiliki strategi khusus dalam memasarkan produknya. Dibuktikan dengan data tingkat penjualan produk UD Purnama Jati yang fluktuatif pada bulan Januari 2023 sebanyak 6.112 produk, bulan Februari 2023 sebanyak 5.983 produk, bulan Maret 2023 sebanyak 5.214, bulan April 2023 sebanyak 4.673 produk, bulan Mei 2023 sebanyak 5.980 produk, bulan Juni 2023 sebanyak 5.233 produk, bulan Juli 2023 sebanyak 6.032 produk, bulan Agustus 2023 sebanyak 7.144 produk, bulan September 2023 sebanyak 6.472 produk, bulan Oktober 2023 sebanyak 6.502 produk, bulan November 2023 sebanyak 5.135 produk, bulan Desember 2023 sebanyak 6.903 produk.

Data penjualan produk UD Purnama Jati yang fluktuatif diakibatkan oleh kegiatan pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu *direct marketing* dan *personal selling*. Kegiatan pemasaran yang dilakukan UD Purnama Jati meliputi upaya *direct marketing* melalui *social media marketing*, *online advertising*, katalog marketing, leaflet marketing di akun instagram dan juga akun *e-commerce* milik UD Purnama Jati. UD Purnama Jati juga melakukan upaya pemasaran dengan metode *personal selling*.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka perlu dilakukan analisis pengujian terhadap variabel apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hasil dari analisis tersebut akan digunakan sebagai saran untuk perbaikan penjualan pada produk UD Purnama Jati. Peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Direct Marketing* dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk UD Purnama Jati”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Apakah variabel *direct marketing* dan *personal selling* berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD Purnama Jati?
- 2) Apakah variabel *direct marketing* dan *personal selling* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD Purnama Jati?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan tujuan masalah yang sudah di kemukaan di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Menganalisis dan menguji pengaruh *direct marketing* dan *personal selling* berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD Purnama Jati.
- 2) Menganalisis dan menguji pengaruh *direct marketing* dan *personal selling* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD Purnama Jati.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang di diperoleh dari penelitian ini adalah:

- 1) Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menambah informasi yang nantinya dapat digunakan untuk mengembangkan usaha, serta meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk pada UD Purnama Jati.
- 2) Bagi Akademisi  
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis.
- 3) Bagi Peneliti  
Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan, pemahaman, serta pengalaman bagi peneliti terkait studi tentang keputusan pembelian serta pengaruh *direct marketing* dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian konsumen.